

Digitized by the Internet Archive  
in 2022 with funding from  
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761115506131>

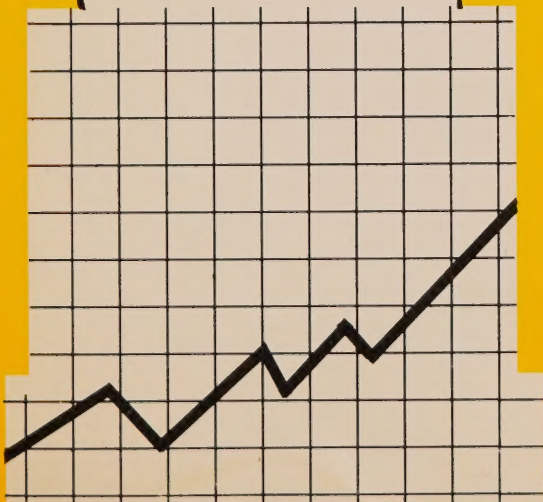






CAI  
DB 55  
-R26

# CANADIAN EGG MARKETING AGENCY



REPORT  
TO THE  
NINTH  
PRODUCERS  
CONFERENCE

MARCH 1982







Ninth Annual  
Report  
of the  
Canadian Egg Marketing Agency

for presentation to  
The Minister of Agriculture  
The Honourable Eugene Whelan

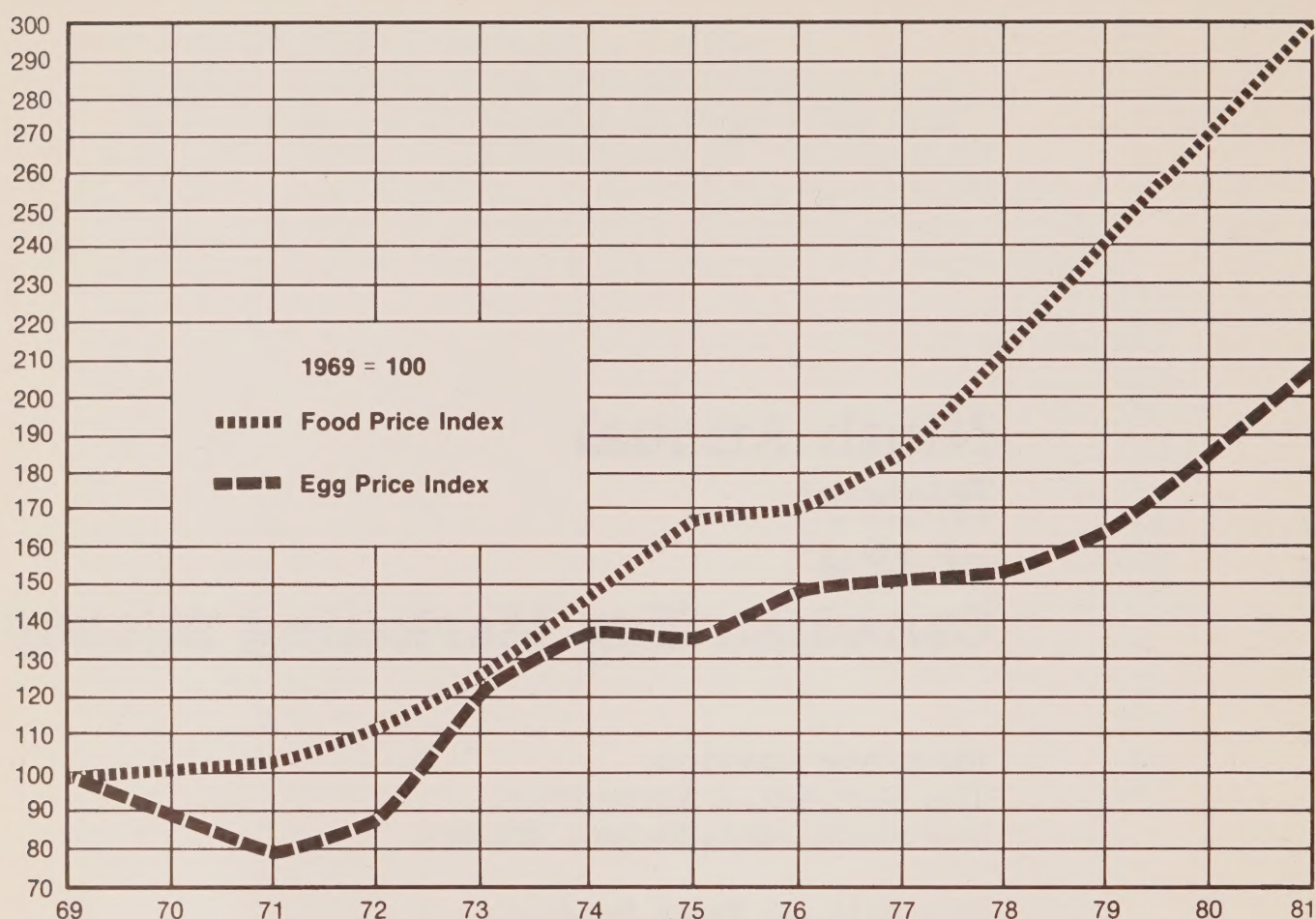
The National Farm Products  
Marketing Council

and the

Ninth Annual  
Producers Conference

Tuesday, March 23, 1982  
Ottawa, Canada





**Price Index Data for Graph**  
**1969 Base Year (i.e. 1969 100)**

	Food Price Index	Percentage Increase	Egg Price Index	Percentage Increase
1969	100	—	100	—
1970	102.3	2.3	90.1	-9.9
1971	103.4	1.1	79.4	-11.8
1972	111.3	7.6	86.2	8.5
1973	127.5	14.6	124.2	44.1
1974	148.3	16.3	137.6	10.7
1975	167.4	12.9	136.6	-0.7
1976	171.9	2.7	149.2	9.2
1977	186.2	8.4	150.8	1.1
1978	215.1	15.5	153.1	1.5
1979	243.4	13.2	166.0	8.4
1980	269.4	10.7	183.4	10.4
1981	300.3	11.5	210.3	14.7

SOURCE: Price Section — Statistics Canada

# CEMA Members

---

3

Chairman	Harold Crossman
Director at Large	Doreen Thomas
British Columbia	Walter Dyck
Alberta	Floyd Van Slyke
Saskatchewan	Ted Wiens
Manitoba	John Unger
Ontario	Stan Steen
Quebec	Claude Bernard
New Brunswick	Donald Hicks
Nova Scotia	Donald Newcombe
Prince Edward Island	Arnold Vriends
Newfoundland	Scott Simmons

## Administration

General Manager	Jean Brassard
-----------------	---------------

## Legal Advisor

Herridge, Tolmie

## Auditors

Touche Ross & Partners

## Executive Committee

Harold Crossman	Stan Steen
Doreen Thomas	Don Newcombe
Floyd Van Slyke	

## Audit Committee

Stan Steen  
Don Newcombe  
Scott Simmons

## Budget Committee

Ted Wiens  
Claude Bernard  
Arnold Vriends

## Cost of Production Committee

Dave Kirk	John Petrie
Bert Haneveld	Eric Triska
Bertrand Cloutier	Fred Krahn
John Unger	Bill Scott
Brian Ellsworth	

## Marketing Committee

Doreen Thomas  
Walter Dyck  
Arnold Vriends  
Roger Charron

## Egg Quality Improvement Committee

Linda Boxall	Joe Morrison
Doug Mitchell	Paul McLoughlin
Phil Eldridge	Don Hicks
Harry Law	Bob Feldman
Tom Graham	

## Consultative Committee

Hank Lammers	Craig Hunter
Keith Colborn	Max Rubenstein
Curt Friend	Louis Gontovnik
David Fairbarns	Martin Dyck
Charlie McKague	

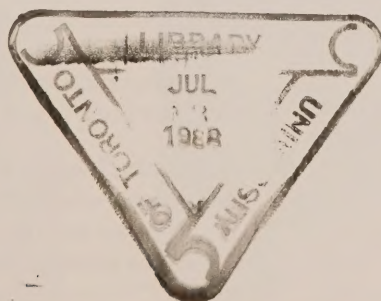
Alternate — Brian Dahms (CPEPC)

## Pricing Committee

Don Newcombe	Fred Krahn/Ron Floritto
Stan Steen	Doug Mitchell/John Unger
Harold Crossman	Dave Kirk
Bertrand Cloutier	

## I.E.C. Representative

Stan Steen





# Annual Report — Chairman

---

by Harold Crossman

1981 was a challenging year for the Canadian Egg Marketing Agency. The foundations of supply management, as known in Canadian agriculture, were questioned. A dynamic, eventful year, best described in our accomplishments.

The Agency continued to work in the best interests of consumers and producers. Consumers were able to purchase eggs in December at a price lower than in January. Supplies of high quality product were plentiful throughout the year in all parts of the country.

Producers used CEMA throughout the year to ensure that their problems and concerns were dealt with in the appropriate forums. Their concerns and associated Agency policies, should encourage all observers that the future of the Canadian egg industry is bright.

The Canadian Egg Marketing Agency instituted a major change last year, in the mechanism used to establish farmgate prices for eggs. With the concurrence of the Signatories to the Federal-Provincial Agreement, CEMA revised this mechanism to allow producers in provinces in a shortfall position, to obtain their costs and a fair return. At the same time, CEMA established a Pricing Committee to review the entire pricing mechanism. This Committee is working towards improved alternative pricing systems which would better meet the needs of producers and consumers.

The Board of Directors dealt again with the troublesome issue of overbase quota allocation. Demographic changes in Canada's makeup have caused some Provinces to recognize that while their consumption of eggs is increasing, their production base has held statically at 1972 levels. After long deliberations, the Board of Directors established by majority vote, a policy that will be used if and when national quota is increased above the base levels.

The Directors also agreed in 1981, that quota would be reduced by 3%. This change will in the New Year bring supply and demand, always a complicated projection in our industry, into closer balance.

Last year was COP Update time in the industry. The regular survey, as well as a more specific provincial

cost update was performed by Touche Ross. These studies will allow the Agency to capture on a current basis, all the costs associated with producing eggs in Canada.

Last year the National Farm Products Marketing Council presented CEMA with a set of "Guidelines" for Cost of Production. At CEMA we believe that our formula is sound. Council's guidelines have been and remain a subject of concern to the Board of Directors.

Many challenges to the concepts and premises of supply management were heard in the media in 1981. The Economic Council of Canada, as well as the Fraser Institute released reports which were harshly critical of the workings of supply management marketing boards, such as CEMA. While many suggest that these reports were too narrowly based on often erroneous premises and understandings, I feel that it is always useful to hear outside critiques of our work. In a social contract between producers and consumers, such as we have in the egg industry, an outside view on the performance of this contract is useful.

Our national plan is indeed dynamic. And this dynamism at times creates tensions. One such situation took place during 1981 between FEDCO and CEMA. I am happy to report that through aimable negotiations, a new Service Contract is expected to be signed early in 1982.

In 1981, for the first time in several years, CEMA had a full complement of Board members. With the appointment by Mr. Whelan of Doreen Thomas as Member at Large, and myself as Chairman, the Board of Directors stood at 12 members. I would like to welcome Mrs. Thomas to the Board, and thank her for her insightful assistance during the year.

I was fortunate in 1981 to work with an Executive which proved on numerous occasions to exhibit the energy and concerns required to manage and direct an organization such as CEMA. I would like to thank them for their time and help.

And finally, I would like to thank the non-CEMA people who worked on various Committees, as well as the entire staff of CEMA. Our tasks are complex and never ending. Their help and energy made my role as Chairman a delight.

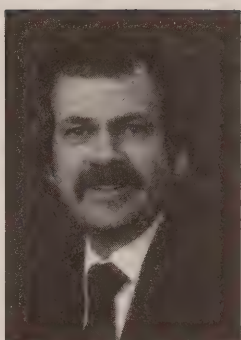




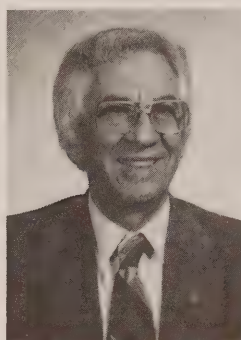
*Harold Crossman  
Chairman*



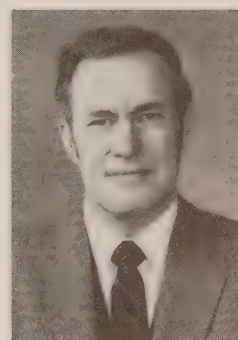
*Doreen Thomas  
Director at Large*



*Walter Dyck  
British Columbia*



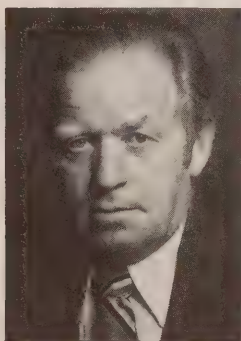
*Floyd Van Slyke  
Alberta*



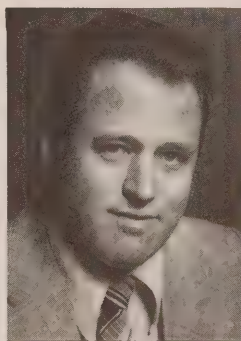
*Ted Wiens  
Saskatchewan*



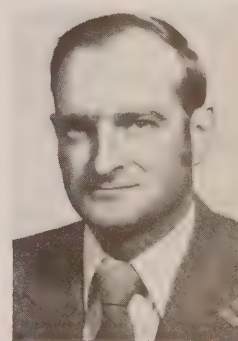
*John Unger  
Manitoba*



*Stan Steen  
Ontario*



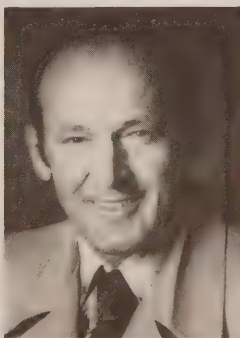
*Claude Bernard  
Quebec*



*Don Hicks  
New Brunswick*



*Donald Newcombe  
Nova Scotia*



*Arnold Vriends  
Prince Edward Island*



*Scott Simmons  
Newfoundland*



# General Manager's Report

---

6

by Jean Brassard

My first year as General Manager of CEMA is over. This has been a year of challenge, of learning, and of understanding. Challenge — how to manage a national agency with a proven track record, to ensure that producers receive the services to which they are entitled, and that consumers receive the quality and supply of product they are guaranteed.

Learning — the significance of surplus, of quota, levies, how to match supply with demand, the pricing mechanism, marketing of the product; the Federal/Provincial Agreement, its implications, why it was developed, its evolution.

Understanding — how producers in any one province think, their frustrations, their anxieties, their expectations; how producers in different regions, all with the same objectives, have different ideas on dealing with common problems. In summary, a complex society of individuals learning to live collectively.

While learning the complexities of our national supply system, and understanding the variety of goals held by the players in this system the challenges of daily operations had to be met.

Over the past year the Agency initiated new programs for forecasting egg production and disappearance more accurately. This required a great deal of liaison with Agriculture Canada, Statistics Canada and all of the provincial boards. While some details remain to be resolved, we feel that we have made a great step forward in being able to reflect more efficiently — when, where, and why we will have the highs and lows in egg production and consumption in Canada.

As a result of over-supply and a depressed world price, the Agency's Board of Directors decided on March 8th to institute an accelerated fowl removal program. Despite its lack of public appeal, caused by general misunderstanding of our industry, it was highly successful. Final analysis shows that approximately 1.3 million birds were removed with a saving of approximately \$2.25 million to the producer fund. Producers who participated did so on a voluntary basis. In spite of criticism, this kind of program will, if necessary, have to be considered by the Agency in the future.

Our Trade Department concluded towards the end of 1981, a major sales contract with foreign buyers. This contract allowed producers to recuperate some of their monetary loss. It proved again that Canadian eggs can now hold their own in a highly competitive world market.

The Agency also made its mark on the world aid program, by making available at a nominal cost, 10 metric tonnes of powdered egg, rich in protein, for distribution by the Missionaires of Charity in their relentless effort to feed the poorly nourished of the Third World. This project, I should note, generally received little publicity in the press.

Each new General Manager brings new ideas with him, some provocative, others not so. Marketing, an area of serious importance to all Canadian producers was a target for me in 1981. With able assistance from our CEMA Marketing Committee and Department, we developed a new approach. We reassessed our strategies and our techniques, and concentrated our efforts towards refining our in-house capabilities. We decided that the users of our product should have an opportunity to tell us how they wished us to improve. At year-end, the final Marketing Plan for 1982 was presented to the Marketing Committee. We feel confident that its implementation with the provincial boards will see a new, more effective marketing era for the Canadian egg industry.

The road in 1981 was, however, not all smooth. Some provinces, mainly in the West, became restless. With fast-growing populations, they felt that CEMA was obliged to review its quota allocation policy. They argued that this policy, developed in the early '70s should not remain stagnant. Needless to say, this was a difficult and sensitive subject to attack.

Notwithstanding differences, and complexities, the CEMA Board, during the Fall developed a policy for allocating quota over 100%. Many long days and hard work paid off in the end.

The processing industry, has as customary, been an active part of CEMA business. Breakers, who in 1980, committed 1.9 million boxes, purchased 1.4 million in 1981. In conjunction with the Canadian Poultry and Egg Processors Council, a new approach to pricing has been developed and implemented. This new mechanism is based on the competitiveness of the industry on a North American basis, and guarantees pricing cycles which will match the needs of the industry.

The Agency's Cost of Production Update, undertaken by Touche, Ross & Partners, was completed in the Summer. At this point, I would like to thank Dave Kirk and the Cost of Production Committee for the advice and helpful criticism given to management, so as to ensure that data collected by the consultants was more manageable and efficiently used.

The year closed on a very positive note. It was my privilege to participate, with several of my counterparts in agriculture, on a trade mission to the Middle East. The mission was led by Yvan Jacques,

Assistant Deputy Minister of Agriculture. In my opinion, the visit was highly successful. I gained first-hand knowledge of export markets related to the egg industry, and made several contacts in Egypt, Saudi Arabia and Algeria which will be useful to the Agency if and when the Canadian egg industry expands. My thanks to our Embassies in the countries visited.

In conclusion, I would like to congratulate my collaborators at CEMA for their excellent performance in 1981. They have been a great team; a team of which I am sure all egg producers are proud.

I would be remiss if I did not express my appreciation to the Chairman and Board of Directors for their guidance and confidence throughout 1981. I rely on their close co-operation during the year ahead.

I look forward to an equally challenging 1982, with renewed opportunities for increased understanding and learning and to a highly successful and dynamic Canadian egg industry.





# Committee Reports

## Marketing Committee Report

by Doreen Thomas

1981 marked a major shift in the concept of advertising within CEMA. The most apparent evidence of this shift was the change in name of this committee from Advertising to Marketing, but the implications go far beyond a name change.

The Marketing Committee requested a complete evaluation and examination of past efforts in its advertising program. As a result a new approach was proposed to the Board of Directors.

As a first step in this new approach, CEMA began a research program to identify consumer trends. This research will provide a base from which CEMA can devise strategies to meet its objectives of increasing the consumption of eggs. As programs are put into place, continuing research will allow CEMA to assess the value of its marketing strategies.

An important part of this new approach is to continue working in close co-operation with the provinces. This will include provincial participation in research, as well as in monitoring, testing, and an evaluation of advertising in various regions of Canada.

As part of this new approach, there will be a change in emphasis from "purchase" to "usage". Consumers will be reminded, through a demonstration of new recipe ideas in a national print campaign, that eggs are inexpensive to use, as well as nutritious. Recipe books will be offered at no charge. The campaign will substantially reduce the advertising budget while maintaining high visibility.

This shift in direction has of course, meant a great deal of work for the CEMA staff. The Committee wishes to express its appreciation for their unstinting efforts on behalf of egg producers and consumers across Canada.

## Audit Committee

by Stan Steen

The Canadian Egg Marketing Agency formed its first audit committee, five years ago. The Committee was formed as a result of the feeling of some Directors that too much responsibility for the Agency's financial affairs rested with Management. The Audit Committee provides the Agency with the required control.

The auditors of CEMA remain Touche Ross & Partners. Their appointment, though made by the Board of Directors, must be approved by the Federal Government. Delay in receiving Government approval, necessitated that the audit start prior to this approbation.

CEMA's audits are conducted annually, semi-annually, and quarterly. Prior to these audits, the Committee meets with Management and Auditors to determine the scope of the audit. Any Director may request that a specific area of operations be audited at this time. During the audit, all aspects of CEMA's operations are scrutinized. For example, it was verified that satisfactory guidelines were being used for export sales.



To ensure that all Agency departments are being operated in the most efficient manner possible, a management audit was also completed this year.

After each Audit Committee meeting, in-camera sessions with Committee members and auditors present, are held. These sessions provide an

opportunity to review the relationships between auditors and CEMA staff, and any suggestions as to the Agency's operations. If deemed necessary, the results of these sessions are presented to the Board of Directors and Management for approval and action.

## Budget Committee

by Ted Wiens

CEMA's Budget Committee met in October and December 1981 to establish the 1982 Administration Budget. The task of setting up the budget for the Agency was somewhat difficult this year, because preliminary requests from the committees and administration were about 25% above anticipated revenue. However, after in-depth review with management and revised committee requirements we were able to balance the budget.

A new mandate has been given to the Budget Committee to monitor the Administration Budget and report to the Agency's Board every four months.

I would like to thank CEMA Management who spent many hours reviewing the budget with the Committee and my fellow committee members, Claude Bernard and Arnold Vriendt for their cooperation.



## Cost of Production Committee

by David Kirk

The Canadian Egg Marketing Agency Cost of Production Committee met 6 times in 1981.

The 1981 update survey was conducted in the first half of 1981. It was decided that in addition to the regular survey of 10,000 to 50,000 bird producers, as a basis for determining a national average cost of production and producer returns, a survey sample adequate to give reliable data on provincial costs of production should be undertaken. The uniform sampling principle was that the range of producers representing the median 70% of the production (15% from smaller producers and 15% from larger) should be surveyed. This was done and the results are under examination by CEMA, particularly in the context of pricing policy.

The 1981 update (1980 costs) showed for the first time a significantly higher national average cost of feed, as compared to what was indicated for the same period by the Canadian Livestock Feed Board published prices, which are those used in the pricing formula. This has led to a close study, still ongoing, of the problems that surround the accurate gathering of feed cost data each week.

On the labour cost side, the survey results showed higher paid general costs than the published labour wage rate which is used as a proxy in the pricing formula. This is a matter for concern. Labour is now recorded in three categories — management, specialized and general — instead of two, and considerable work of the Committee was devoted, prior to the survey, to achieving more precision in the definition of these classifications.

Touche Ross recommended, and the CEMA board accepted, a change from the use of prime rate plus one to a package of current bond yields.

In the 1981 update feed efficiency showed an improvement from the 1979 update, falling to 4.1 lbs. per dozen from 4.16.

The 1981 update results have not yet been applied to the current pricing formula since all matters related to the application of the results in the formula have not been resolved.



## Egg Quality Control Committee

by Linda Boxall

1981 saw the first annual meeting of the joint CEMA provincial egg quality seminar. Held in Winnipeg, Manitoba, delegates from every province gathered to discuss mutual problems of egg quality.

For the first time the CEMA Egg Quality Committee was able to discuss jointly with the provinces common problems and strategy for the future.

Excellent technical presentations were made by Professor Henry Orr of the Department of Animal Sciences, University of Guelph, and Professor Guenter of the University of Manitoba.

It was generally concluded by those gathered, that the main problems of egg quality as perceived by the consumer included:

1. Cracks
2. Condition of shell i.e. Dirt
3. Flavor of the egg
4. Color of the yolk

Emphasis on improving egg quality is needed to ensure that the consumer will remain satisfied with the product and continue to increase his or her consumption of eggs.

As a result of the committee's focus on improving egg quality the CEMA Board of Directors asked the committee to design a suitable code of practice that could be followed by all producers. Common sense approaches to egg quality is the direction the Committee has taken.

Much of the part of the year was spent by the committee in developing an acceptable code of practice.

It was reported recently by Agriculture Canada, that in Canada approximately 6.5-7% of flocks monitored, show some sort of a quality problem.

With today's high throughput grading machines it is difficult to grade out a high percentage of undergrades. This results in some undergrades reaching the table.

It is hoped by the committee that by encouraging better handling practices the incidence of poor quality eggs will be greatly reduced.

At present the committee is addressing itself to the on-farm handling of eggs but will be studying handling of eggs through the rest of the chain in the near future.

The committee has made its first recommendations to the CEMA Board of Directors. It is hoped that with the cooperation of CEMA, and the Provincial Boards, a suitable code of practice for the handling of Canada's eggs will soon be in place.

My sincere thanks to fellow committee members for their participation. My special thanks to Don Hicks, Harry Law, John Eyking, Tom Graham, Art Allen, Paul McLoughlin, Arnold Read and Gib Shouldice.





## Select Pricing Committee

by Harold Crossman

At the request of the CEMA Board, a small committee was formed to study our pricing system and review possible alternatives. At their meeting in March 1981, the Signatories asked CEMA to bring such alternatives to their next meeting.

In meetings held prior to July 1981, the Committee decided that the Provincial cost of production study, which was being conducted by Touche Ross & Partners, should be reviewed since it covered 70% of the production in each province. Late in the fall, this document became available, as well as a report written by Dr. Peter Arcus for the NFPMC and papers submitted by several provinces. These proposals were studied in depth by the Committee.

At year-end, Committee members have held discussions with Provincial Boards and some Signatories. A meeting is scheduled for early in the New Year, when the Committee hopes to reach an agreement.

One or two observations should be made. The Committee feels that any drastic changes in the present pricing policy would be extremely difficult. It was felt that the Provincial COP substantiates the claim that producers are not being over-paid!

If, after thorough examination, it is concluded that the present system is the best mechanism for the egg industry, the Committee will have no alternative but to review the National Farm Products Marketing Council's position on the pricing structure. As this may mean changes in the Federal/Provincial Agreement, it would be the responsibility of the Signatories.

I would personally like to thank those who have worked so diligently on the Committee. I hope that 1982 may see a resolution of this issue.



## Report on the IEC Meeting — Dublin, Ireland, September 1981

by Stan Steen

During the week of September 13 to September 19, 1981 it was my privilege to attend the annual meeting of the International Egg Commission as CEMA's representative.

Each day of the conference dealt with one facet of egg production or marketing. These topics ran from primary producer to the marketing of eggs; considered the producers economic situation, bird health and welfare, export marketing, publicity, packaging, etc.

Representatives reported on the industry in their countries and as the IEC is composed not only of producers, but also some of the largest egg dealers in Europe, these reports were certainly varied. Most countries reported satisfactory returns to producers. American delegates, conversely, reported producers having a tough year with prices below their cost of production and lower placements. With placements down, they hope for more stable prices next year. Of particular interest to me was the statement made by one American that the sleeping giant had awakened. "The U.S. was prepared to deliver eggs anywhere in the world for 50 cents per dozen." He claimed that this allowed a profit to the producer. However I found this gentleman has a production of 3 million hens, and places birds with farmers who receive a fee for gathering eggs. These same farmers supply the buildings and everything but the feed and bird. For this, they receive approximately 4 cents per dozen. In the words of another American, this allows them to live but not to replace obsolete facilities.

Those concerned with animal welfare continue to be active on a world-wide basis, with a variety of opinions being forced on producers. Two speakers presented views from different perspectives. A prominent welfarist, Mr. Roberts pointed out the cruelty of caging hens. He suggested that this was an example of a persons character toward his fellow man. Mrs. Janet Graham, a consumer advocate, stated on the other hand that she believed the public conscience was satisfied with the normal laws for

prevention of cruelty to animals. She also stated the housewife was pleased with the quality and uniformity of product obtained from caged hens.

Several countries displayed booths showing promotional material used in their advertising campaigns. Some countries, like Australia do not advertise nationally, but work solely through the state egg boards. In Belgium they are not permitted to advertise either by radio or TV, and as a result hold information meetings, and demonstrate through cooking schools.

At an evening session, promotion films from various countries were presented. Canada presented the "Get Cracking" and "Eggs Instead" TV ads. After the showing, Canadian delegates received congratulations on the quality of the presentation.

Many thanks to the CEMA staff who assisted me in preparations for the IEC meeting, and to Phil Eldridge, past CEMA representative for his kind introductions to the many useful contacts I made at the meeting.



## Allocations\* And Inventories\*\* — Summary

Month	British Columbia		Alberta		Saskatchewan		Manitoba		Ontario		Quebec	
	Alloc.	Inv.	Alloc.	Inv.	Alloc.	Inv.	Alloc.	Inv.	Alloc.	Inv.	alloc.	Inv.††
January	2,651,645	2,539,488‡	1,640,410	1,534,641	769,935	730,270 (Jan. 3)	2,505,292	2,363,650	8,253,356	7,814,171 (Jan. 31)	3,505,862	3,320,415† (Jan. 31)
February		2,557,583‡		1,533,786		693,364 (Feb. 28)		2,387,657‡		7,816,886 (Feb. 22)		3,302,473† (Feb. 21)
March		2,524,420‡		1,518,159		718,666 (Mar. 28)		2,283,061‡		7,709,804 (Mar. 29)		3,241,003† (Mar. 21)
April		2,519,600‡		1,508,247		730,661 (Apr. 25)		2,159,744		7,538,973 (Apr. 26)		3,329,794† (Apr. 18)
May		2,400,891‡		1,522,782		699,651 (May 23)		2,023,038		7,203,310 (May 31)		3,327,825† (May 31)
June		2,378,354‡		1,534,564		662,704 (June 20)		2,175,058		7,258,267 (June 28)		3,330,502† (June 30)
July'		2,427,828‡		1,550,844		693,099 (July 18)		2,230,000		7,497,712 (July 26)		3,290,164† (July 11)
August		2,471,666‡		1,513,144		686,763 (Aug. 15)		2,299,637		7,572,125 (Aug. 30)		3,245,036† (Aug. 8)
September		2,512,715‡		1,552,976		684,916 (Sept. 12)		2,318,325		7,672,068 (Sept. 27)		3,275,593† (Sept. 5)
October		2,502,169‡		1,543,790		677,348 (Oct. 10)		2,288,344		7,764,067 (Oct. 25)		3,211,639† (Oct. 3)
November	2,561,250	2,494,069‡	1,575,130	1,492,908	734,233	677,274 (Nov. 7)	2,419,730	2,271,474	7,967,145	7,561,145 (Nov. 29)	3,381,682	3,253,693† (Oct. 31)
December		2,465,794‡		1,484,875		689,785		2,314,124		7,469,806		3,195,763†
Average		2,482,881		1,524,226		695,375		2,259,509		7,573,195		3,276,992

Month	New Brunswick —		Nova Scotia		P.E.I.		Newfoundland		Totals	Totals
	Alloc.	Inv.	Alloc.	Inv.	Alloc.	Inv.	Alloc.	Inv.	1981	1980
January	419,229	401,035‡	907,957	859,067‡	143,731	130,967	443,127	396,022	20,089,726	19,859,969
February		392,205‡		889,049‡		120,854		371,710	20,065,567	19,833,810
March		398,887‡		865,755‡		114,612		363,446	19,737,813	19,947,319
April		396,382‡		811,870‡		127,608		339,395	19,462,274	19,970,648
May		386,149‡		763,021‡		135,873		319,107	18,781,647	19,874,010
June		399,855‡		787,875‡		136,483		386,220	19,049,882	19,697,390
July		375,015‡		830,884‡		134,872		382,396	19,412,814	19,801,661
August		369,963‡		817,327‡		132,814		378,610	19,487,085	19,954,957
September		397,355‡		807,578‡		123,173		373,229	19,717,928	20,098,314
October		392,023‡		852,482‡		126,856		371,228	19,729,946	20,268,106
November	419,229	397,418‡	877,162	811,276	143,731	132,810	443,127	392,443	19,484,510	20,156,724
December		397,471‡		852,680‡		137,491		394,123	19,401,912	20,380,414
Average		391,980		829,072		129,534		372,327	19,535,091	19,986,944

\*Allocation refers to total quota issuance allowed under Federal-Provincial Agreement

\*\*Inventory refers to number of layers in provincial flock as reported by Provincial boards unless otherwise specified

†Cema/board audit

‡Under audit

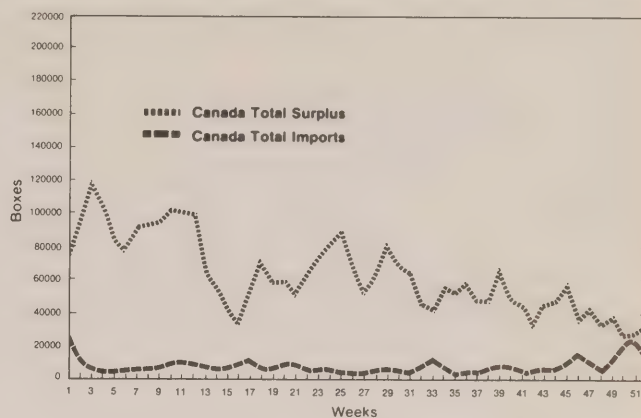
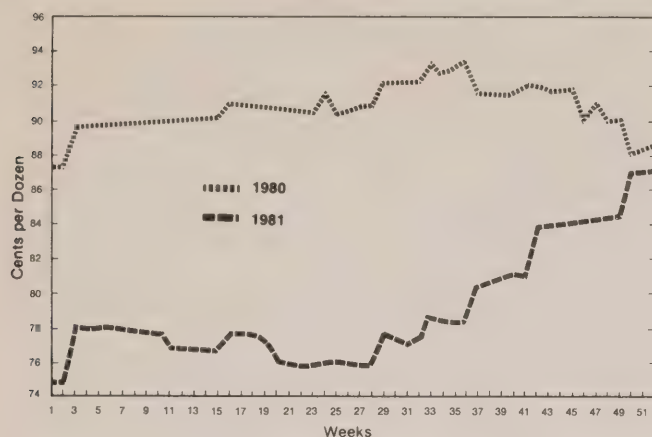
††Includes inventory of Ferme Lyn

—Includes inventory of Wout Van Gaal

# Canadian Weighted Average Producer Price — All Grades

# Canada Declared Surplus And Imports — 1981

15

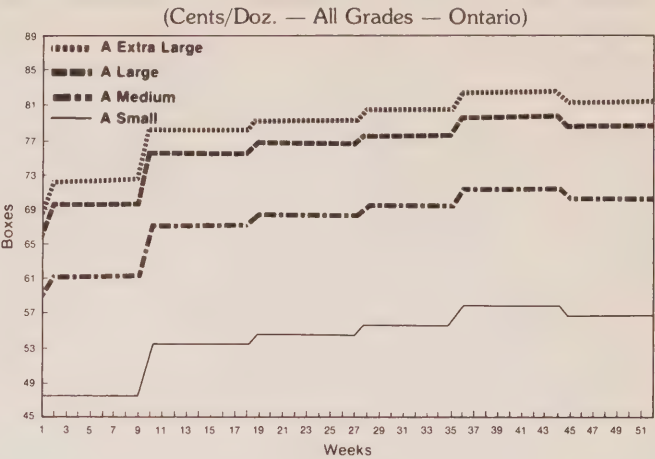
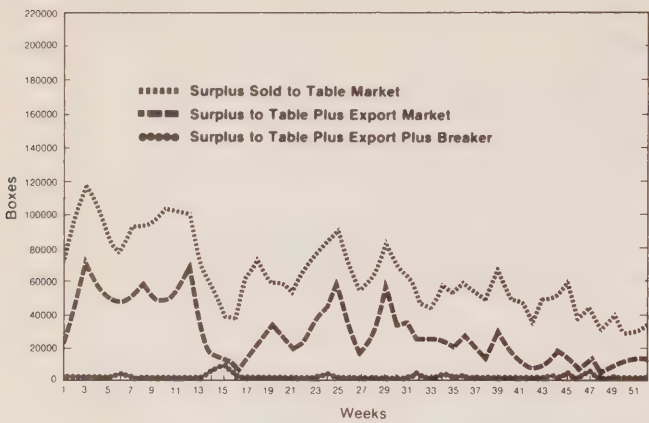


1980 WK	PRICE	1981 WK	PRICE	WEEK	TOTAL SURPLUS	IMPORTS
1	74.9	1	87.1	1	68,045	23,730
2	74.9	2	87.1	2	95,248	6,000
3	77.9	3	89.4	3	115,517	1,500
4	77.9	4	89.6	4	103,019	0
5	78.1	5	89.6	5	83,021	0
6	77.9	6	89.7	6	75,796	3,000
7	77.8	7	89.9	7	89,223	4,500
8	77.8	8	89.9	8	92,253	4,545
9	77.8	9	89.9	9	95,151	4,500
10	77.7	10	89.9	10	100,805	8,045
11	76.8	11	89.9	11	99,585	8,510
12	76.9	12	89.9	12	97,188	6,000
13	76.8	13	90.0	13	64,254	4,500
14	76.8	14	90.0	14	55,397	3,045
15	76.7	15	90.0	15	36,991	4,500
16	77.5	16	90.8	16	33,619	7,500
17	77.6	17	90.7	17	59,791	9,000
18	77.5	18	90.6	18	70,428	4,500
19	77.2	19	90.5	19	58,125	4,500
20	76.1	20	90.5	20	57,547	7,545
21	75.9	21	90.5	21	50,205	5,950
22	75.8	22	90.4	22	64,570	3,000
23	75.8	23	90.3	23	72,982	4,500
24	76.0	24	91.3	24	81,861	3,545
25	76.1	25	90.3	25	87,749	1,500
26	75.9	26	90.4	26	62,945	3,000
27	75.8	27	90.7	27	52,902	1,500
28	75.9	28	90.6	28	60,867	3,545
29	77.6	29	92.1	29	79,636	3,000
30	77.4	30	92.0	30	68,461	3,000
31	77.2	31	92.0	31	63,782	1,448
32	77.5	32	92.1	32	47,269	0
33	78.5	33	93.2	33	42,028	9,525
34	78.3	34	92.6	34	53,726	4,500
35	78.4	35	93.0	35	51,132	1,400
36	78.6	36	93.0	36	56,545	3,000
37	80.3	37	91.4	37	48,528	2,045
38	80.5	38	91.4	38	46,807	5,990
39	80.7	39	91.4	39	64,613	6,008
40	81.1	40	91.5	40	48,355	5,500
41	81.0	41	91.7	41	45,011	4,500
42	83.9	42	91.7	42	32,314	3,465
43	83.9	43	91.5	43	45,212	6,102
44	84.0	44	91.6	44	48,766	4,500
45	84.1	45	91.7	45	56,945	8,005
46	84.1	46	89.9	46	33,876	15,075
47	84.2	47	90.8	47	42,141	8,500
48	84.3	48	89.8	48	33,603	4,500
49	84.4	49	89.9	49	36,954	10,500
50	86.9	50	87.9	50	26,827	19,500
51	87.0	51	88.2	51	27,625	22,090
52	87.0	52	88.3	52	32,848	7,680
				TL	3,218,088	301,793
				AV	61,886	5,804



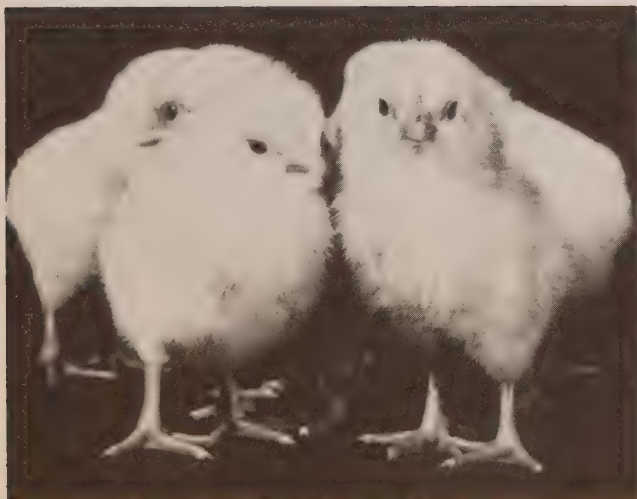
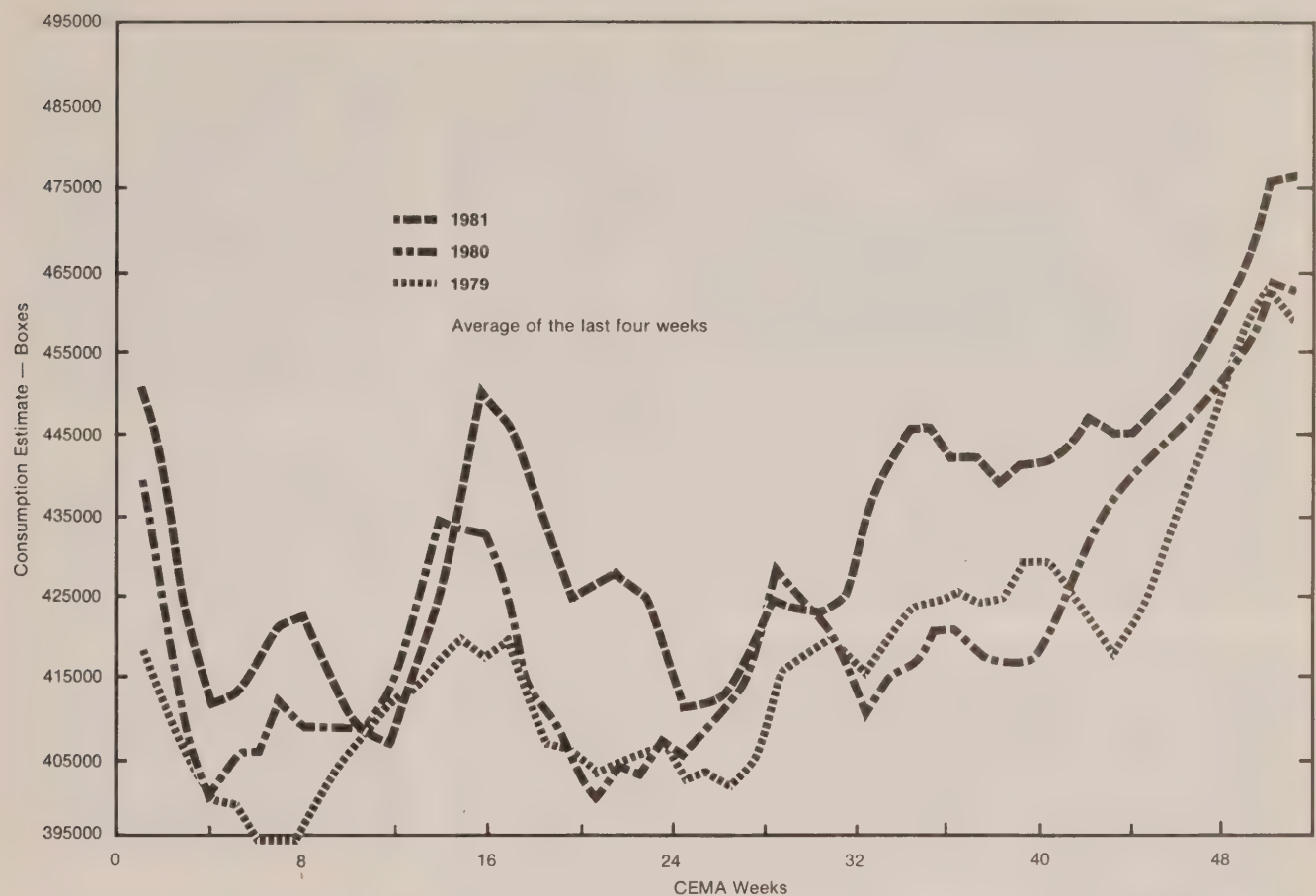
Canada Surplus Breakdown —  
1981

Breaker Prices — 1981

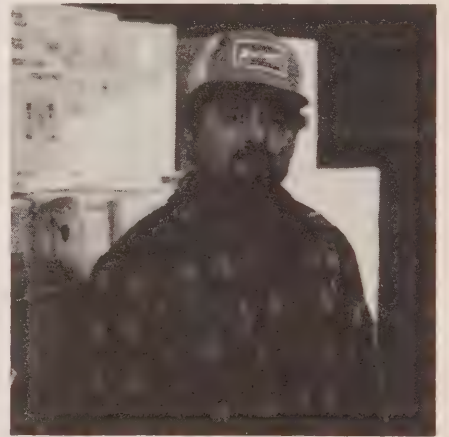


1981 Week	Surplus to Table Market	Surplus to Export Market	Surplus to Breaker Market	All Surplus
1	750	18,621	48,674	68,045
2	0	49,765	45,483	95,248
3	0	68,884	46,633	115,517
4	0	54,014	49,005	103,019
5	2,162	44,954	35,905	83,021
6	4,500	41,859	29,437	75,796
7	1,851	46,519	40,853	89,223
8	0	58,001	34,252	92,253
9	0	47,455	47,696	95,151
10	0	49,820	50,985	100,805
11	0	54,474	45,111	99,585
12	1,600	67,617	27,971	97,188
13	2,340	22,208	39,706	64,254
14	6,780	7,919	40,698	55,397
15	9,470	2,593	24,928	36,991
16	2,942	407	30,270	33,619
17	1,600	9,415	48,776	59,791
18	1,000	21,299	48,129	70,428
19	0	30,166	27,959	58,125
20	0	26,377	31,170	57,547
21	1,650	16,056	32,499	50,205
22	2,002	19,437	43,131	64,570
23	1,600	33,020	38,362	72,982
24	4,700	37,238	39,923	81,861
25	1,550	55,101	31,098	87,749
26	917	25,480	36,548	62,945
27	483	13,546	38,873	52,902
28	600	25,709	34,558	60,867
29	0	56,701	22,935	79,636
30	1,300	31,527	35,634	68,461
31	2,300	30,150	31,332	63,782
32	4,491	19,111	23,667	47,269
33	540	23,134	18,354	42,028
34	3,800	19,193	30,733	53,726
35	0	18,220	32,947	51,167
36	0	26,436	30,109	56,545
37	0	17,612	30,916	48,528
38	0	11,550	35,257	46,807
39	600	27,996	36,017	64,613
40	0	17,692	30,663	48,355
41	0	9,552	35,459	45,011
42	0	6,146	26,168	32,314
43	2,321	6,214	36,677	45,212
44	2,500	13,352	32,914	48,766
45	4,500	7,520	44,925	56,945
46	2,680	1,836	29,360	33,876
47	6,320	5,724	30,097	42,141
48	500	2,859	26,244	29,603
49	3,000	4,756	29,259	37,015
50	1,500	8,685	16,642	26,827
51	1,500	11,135	14,990	27,625
52	0	12,168	20,680	32,848
TL	86,349	1,337,223	1,790,612	3,214,184

1981 WEEK	AEL	AL	AM	AS
1	68.00	65.00	58.00	45.00
2	72.00	69.00	60.50	47.00
3	72.00	69.00	60.50	47.00
4	72.00	69.00	60.50	47.00
5	72.00	69.00	60.50	47.00
6	72.00	69.00	60.50	47.00
7	72.00	69.00	60.50	47.00
8	72.00	69.00	60.50	47.00
9	72.00	69.00	60.50	47.00
10	78.00	75.00	66.50	53.00
11	78.00	75.00	66.50	53.00
12	78.00	75.00	66.50	53.00
13	78.00	75.00	66.50	53.00
14	78.00	75.00	66.50	53.00
15	78.00	75.00	66.50	53.00
16	78.00	75.00	66.50	53.00
17	78.00	75.00	66.50	53.00
18	78.00	75.00	66.50	53.00
19	79.00	76.00	67.50	54.00
20	79.00	76.00	67.50	54.00
21	79.00	76.00	67.50	54.00
22	79.00	76.00	67.50	54.00
23	79.00	76.00	67.50	54.00
24	79.00	76.00	67.50	54.00
25	79.00	76.00	67.50	54.00
26	79.00	76.00	67.50	54.00
27	79.00	76.00	67.50	54.00
28	80.00	77.00	68.50	55.00
29	80.00	77.00	68.50	55.00
30	80.00	77.00	68.50	55.00
31	80.00	77.00	68.50	55.00
32	80.00	77.00	68.50	55.00
33	80.00	77.00	68.50	55.00
34	80.00	77.00	68.50	55.00
35	80.00	77.00	68.50	55.00
36	82.00	79.00	70.50	57.00
37	82.00	79.00	70.50	57.00
38	82.00	79.00	70.50	57.00
39	82.00	79.00	70.50	57.00
40	82.00	79.00	70.50	57.00
41	82.00	79.00	70.50	57.00
42	82.00	79.00	70.50	57.00
43	82.00	79.00	70.50	57.00
44	82.00	79.00	70.50	57.00
45	81.00	78.00	69.50	56.00
46	81.00	78.00	69.50	56.00
47	81.00	78.00	69.50	56.00
48	81.00	78.00	69.50	56.00
49	81.00	78.00	69.50	56.00
50	81.00	78.00	69.50	56.00
51	81.00	78.00	69.50	56.00
52	81.00	78.00	69.50	56.00







*Touche Ross & Co.*

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

REPORT AND FINANCIAL STATEMENTS

DECEMBER 26, 1981



*Touche Ross & Co.*

Chartered Accountants

AUDITORS' REPORT

The Minister of Agriculture  
Government of Canada

The National Farm Products Marketing Council

The Members  
Canadian Egg Marketing Agency

We have examined the balance sheets of the Administration Fund and Industrial Product Program Fund of the Canadian Egg Marketing Agency as at December 26, 1981 and the statements of Administration Fund operations and balance of fund, and Industrial Product Program Fund operations and balance of fund for the fifty-two week period then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances, except as outlined in the following paragraph.

Due to the structure of the egg producers' levy and service fees, our verification of levy and service fees was limited to an examination of amounts recorded in the accounts.

In our opinion, except for the effects of any adjustments which might have been required had we been able to verify levy and service fees beyond those recorded in the accounts, these financial statements present fairly the financial position of the Canadian Egg Marketing Agency as at December 26, 1981 and the results of its operations for the fifty-two week period then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied on a basis consistent with that of the preceding period.

Ottawa, Ontario  
February 26, 1982

*Touche Ross & Co.*

Chartered Accountants

Touche Ross &amp; Co.

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY  
BALANCE SHEET AS AT DECEMBER 26, 1981

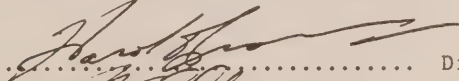

ADMINISTRATION FUND

	December 26, 1981	December 27, 1980
<u>ASSETS</u>		
Current		
Cash	\$ 27,998	\$ 150,920
Short-term deposits	1,025,205	1,428,873
Accounts receivable		
Levy and service fees - net of uncollectable amounts	578,238	570,294
Other	48,848	34,988
Prepaid expense	-	15,191
	<u>1,680,289</u>	<u>2,200,266</u>
Fixed assets		
Computer, equipment and leasehold improvements	150,975	127,054
Accumulated depreciation and amortization	<u>(71,490)</u>	<u>(48,330)</u>
	<u>79,485</u>	<u>78,724</u>
	<u>\$1,759,774</u>	<u>\$2,278,990</u>

LIABILITIES AND BALANCE OF FUND

Current		
Accounts payable and accrued liabilities	\$ 400,053	\$ 649,848
Balance of fund	<u>1,359,721</u>	<u>1,629,142</u>
	<u>\$1,759,774</u>	<u>\$2,278,990</u>

Approved on behalf of the Agency:

  
 ..... Director  
  
 ..... Director



*Touche Ross & Co.*


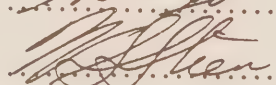
CANADIAN EGG MARKETING AGENCY  
BALANCE SHEET AS AT DECEMBER 26, 1981  
INDUSTRIAL PRODUCT PROGRAM FUND

	December 26, 1981	December 27, 1980
<u>ASSETS</u>		
Current		
Cash	\$ -	\$ 338,336
Accounts receivable		
Levy and service fees - net of uncollectable amounts	2,537,021	2,195,875
Egg sales	1,210,279	2,193,307
Other	69,363	28,052
Inventories		
Shell eggs	373,860	344,213
Processed eggs	-	193,013
Boxes	39,846	-
	<u>\$4,230,369</u>	<u>\$5,292,796</u>

LIABILITIES AND BALANCE OF FUND

Current		
Bank indebtedness	\$ 110,675	\$ -
Bank loan (Note 3)	4,400,000	850,000
Accounts payable and accrued liabilities	1,848,738	1,858,297
Balance of fund (Note 4)	<u>(2,129,044)</u>	<u>2,584,499</u>
	<u>\$4,230,369</u>	<u>\$5,292,796</u>

Approved on behalf of the Agency:

 ..... Director  
 ..... Director

*Touche Ross & Co.*

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

STATEMENT OF OPERATIONS AND BALANCE OF FUND  
FOR THE FIFTY-TWO WEEK PERIOD ENDED DECEMBER 26, 1981

ADMINISTRATION FUND

	December 26, 1981	December 27, 1980
Revenue		
Levy and service fees	\$4,182,404	\$4,280,354
Investment	237,628	221,257
Other	39,681	18,415
	<u>4,459,713</u>	<u>4,520,026</u>
Operating expense		
Advertising	2,051,935	2,647,727
Promotion	120,103	82,104
Depreciation and amortization	21,745	16,746
Equipment rentals	46,822	55,455
Meetings and travel	363,459	307,630
Office	158,577	111,218
Other	40,781	69,727
Per diems	105,152	105,358
Postage	14,062	14,004
Professional fees and consulting	580,916	289,099
Market research	38,558	-
Public relations	53,029	114,543
Rent	57,990	42,849
Salaries	862,138	718,914
Telephone and telex	143,578	105,080
Translation	33,203	24,180
Uncollectable levy and service fees	37,086	46,952
	<u>4,729,134</u>	<u>4,751,586</u>
Excess of operating expense over revenue	269,421	231,560
Balance of fund, beginning of period	<u>1,629,142</u>	<u>1,860,702</u>
Balance of fund, end of period	<u>\$1,359,721</u>	<u>\$1,629,142</u>



*Touche Ross & Co.*

## CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

STATEMENT OF OPERATIONS AND BALANCE OF FUND  
FOR THE FIFTY-TWO WEEK PERIOD ENDED DECEMBER 26, 1981

## INDUSTRIAL PRODUCT PROGRAM FUND

	December 26, 1981	December 27, 1980
Revenue		
Levy and service fees	\$18,987,647	\$10,995,016
Egg sales	30,778,780	25,218,297
Investment	108,811	556,723
Other	25,380	6,219
	<u>49,900,618</u>	<u>36,776,255</u>
Expense		
Trading operations:		
Egg purchases	47,852,762	39,209,214
Processing	-	550,180
Transport and handling	2,220,880	1,730,607
Brokerage, customs and excise	63,345	269,005
Bad debts	2,196	293,899
Dyeing and storage	821,451	958,649
Oiling and sleeving	172,324	-
Materials	166,249	-
Insurance	8,135	15,580
Interest	731,376	30,663
Accelerated spent fowl removal program	2,207,821	253,661
Sales commissions	-	41,320
Other	105,643	164,554
Uncollectable levy and service fees	<u>261,979</u>	<u>86,650</u>
	<u>54,614,161</u>	<u>43,603,982</u>
Excess of expense over revenue	4,713,543	6,827,727
Balance of fund, beginning of period	<u>2,584,499</u>	<u>9,412,226</u>
Balance of fund, end of period	<u><u>\$(2,129,044)</u></u>	<u><u>\$ 2,584,499</u></u>

## CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS  
DECEMBER 26, 1981

---

## 1. Activities of the Agency

## a) Formation of the Agency

The Canadian Egg Marketing Agency was established in 1972 by the Governor in Council upon the recommendation of the National Farm Products Marketing Council to the federal and provincial Ministers of Agriculture to ensure the orderly marketing of eggs in Canada. The majority of information recorded by the Agency is provided by the accounting and reporting systems of the provincial egg marketing boards, who appoint their own independent auditors.

## b) Levy and service fees

The provincial egg marketing boards have agreed to act as agents of the Agency for the collection, control and remittance of the levy imposed by the Agency. Further amounts are paid to the Agency by the provincial boards to finance the national product removal system pursuant to the supplementary federal-provincial agreement and in the case of Quebec, through service fees payable pursuant to a commercial contract.

## c) Industrial Product Program

The Agency purchases, at the buy-back price, all eggs that meet Agency specifications which are declared by the provincial boards excess to their table market.

## 2. Significant accounting policies

## a) Basis of accounting

Two funds have been established. The industrial product levy and service fees and all transactions involving the buying and selling of declared eggs are recorded in the Industrial Product Program Fund which has two components, the Producer's segment and the Consumer's segment. The administration levy and service fees and all administration expenses are recorded in the Administration Fund.

## b) Inventories

Inventories of shell and processed eggs are stated at the lower of cost and net realizable value. Shell eggs consist of eggs declared to the Agency but unsold at the end of the period. All shell eggs were sold or processed subsequent to the end of the period.

Canadian Egg Marketing Agency  
Notes to financial statements  
December 26, 1981

2. Significant accounting policies - continued

c) Fixed assets

Fixed assets are recorded at cost. Depreciation and amortization are calculated using the straight-line method in order to write off the cost of fixed assets over their anticipated useful lives as follows:

Office equipment	10%
Computer	20%
Leasehold improvements	over term of lease

3. Bank loan

The bank loan of \$4,400,000 is partially secured by egg sales accounts receivable of \$1,210,279.

4. Balance of fund

Effective December 27, 1981, the Industrial Product Program Fund will be divided into a Consumer Fund and a Producer Fund. The balance of fund for each of these Funds at December 27, 1981 will be as follows:

Consumer Fund	\$ 3,104,467
Producer Fund	<u>(5,233,511)</u>
	<u><u>\$(2,129,044)</u></u>

5. Lease commitments

Lease commitments of the Agency for the next five years amount to \$368,909. Minimum annual lease payments for each of the next five years are as follows:

<u>Year ending</u>	
1982	\$131,091
1983	130,744
1984	100,831
1985	6,243
1986	<u>-</u>
	<u><u>\$368,909</u></u>



*Touche Ross & Co*

-3-

Canadian Egg Marketing Agency  
Notes to financial statements  
December 26, 1981

6. Contingent liability

On February 21, 1980, the National Farm Products Marketing Council put into question the method by which the Agency assessed and previously collected a total of \$568,386 in penalties related to over quota production. The Agency sought a hearing before Council. An investigation has been carried out by Council and the results are presently under discussion.

7. Financial statement approval

These financial statements were approved by the Audit Committee of the Agency on February 26, 1982.

NOTES:

Office canadien de commercialisation des oeufs  
Notes complémentaires  
26 décembre 1981

6. Passif éventuel

Le 21 février 1980, le Conseil national de commercialisation des produits de ferme a mis en doute la méthode selon laquelle l'Office évaluait les amendes relatives à la surproduction d'oeufs par rapport aux quotas établis et procédait à leur perception. Ces amendes se sont élevées à \$568 386. L'Office a déposé une demande d'audience auprès du Conseil qui a procédé à une enquête dont les résultats sont actuellement à l'étude.

7. Approbation des états financiers

Ces états financiers ont reçu l'approbation du comité de vérification de l'Office le 26 février 1982.



Office canadien de commercialisation des oeufs  
Notes complémentaires  
26 décembre 1981

2. Principales conventions comptables (suite)

b) Stocks

Les stocks d'oeufs en coquille et d'oeufs traités sont inscrits au coût ou à la valeur de réalisation nette, selon le moins élevé des deux montants. Les oeufs en coquille sont les oeufs déclarés à l'Office et non vendus à la fin de l'exercice. Tous les oeufs en coquille ont été vendus ou traités après la fin d'exercice.

c) Immobilisations

Les immobilisations sont comptabilisées au coût. Les amortissements sont calculés selon la méthode de l'amortissement linéaire à des taux permettant de rader le coût des immobilisations sur leur durée probable d'utilisation, comme suit:

Matériel de bureau	10%
Ordinateur	20%
Améliorations locatives sur la durée du bail	

3. Emprunt bancaire

L'emprunt bancaire de \$4 400 000 est garanti partiellement par des débiteurs-ventes d'oeufs qui s'élèvent à \$1 210 279.

4. Solde du fonds

À partir du 27 décembre 1981, le fonds du programme de production industrielle sera divisé en un fonds du consommateur et en un fonds des producteurs, dont le solde respectif au 27 décembre 1981 sera comme suit:

Fonds du consommateur	\$ 3 104 467
Fonds des producteurs	(5 233 511)
	<u>\$(2 129 044)</u>

5. Engagements en vertu de baux

Les paiements minimums exigibles de l'Office en vertu de baux au cours des cinq prochains exercices s'élèvent à \$368 909 et s'établissent comme suit:

Exercice se terminant en	
1982	\$131 091
1983	130 744
1984	100 831
1985	6 243
1986	-
	<u>\$368 909</u>

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS

NOTES COMPLÉMENTAIRES  
26 DÉCEMBRE 1981

1. Activités de l'Office

a) Formation de l'Office

L'Office canadien de commercialisation des oeufs a été formé en 1972 par le Gouverneur en Conseil suite à une recommandation du Conseil national de commercialisation des produits de ferme aux ministères fédéral et provinciaux de l'Agriculture, afin d'assurer la commercialisation rationnelle des oeufs au Canada. La majorité des renseignements comptabilisés par l'Office provient des systèmes de comptabilité et d'information des agences provinciales de commercialisation des oeufs qui ont leurs propres vérificateurs indépendants.

b) Prélèvements et frais de service

Les agences provinciales de commercialisation des oeufs ont accepté d'agir en qualité d'agents de l'Office aux fins de la perception, du contrôle et de la remise des prélèvements imposés par l'Office. Les agences provinciales versent à l'Office des sommes additionnelles pour financer le programme national d'alimentation des produits selon l'entente fédérale-provinciale supplémentaire, et dans le cas du Québec, des frais de service conformément aux modalités d'un contrat commercial.

c) Programme de production industrielle

L'Office achète, au prix de l'achat, tous les oeufs que les agences provinciales ne peuvent vendre sur leur marché de "table" et qui répondent aux critères de l'Office.

2. Principales conventions comptables

a) Méthode de comptabilité

Deux fonds ont été créés. Les prélèvements et frais de service relatifs à la production industrielle et toutes les opérations comportant l'achat et la vente des oeufs déclarés sont comptabilisés dans le Fonds du programme de production industrielle, qui se divise en deux sections, soit la section des producteurs et la section du consommateur. Les prélèvements et frais de service à des fins d'administration et tous les frais d'administration sont comptabilisés dans le Fonds d'administration.

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES ŒUFS  
ÉTAT DES RÉSULTATS D'EXPLOITATION ET DU SOLDE DU FONDS  
DE L'EXERCICE DE 52 SEMAINES TERMINÉ LE 26 DÉCEMBRE 1981  
FONDS DU PROGRAMME DE PRODUCTION INDUSTRIELLE

26 décembre 1981	27 décembre 1980
Revenus	
Prélèvements et frais de service	\$18 987 647
Ventes d'œufs	30 778 780
Placements	108 811
Autres revenus	25 380
	<u>36 776 255</u>
Depenses	
Opérations commerciales	47 852 762
Achats d'œufs	39 209 214
Traitement	550 180
Transport et maintenance	2 220 880
Frais de courtage, droits de douanes et taxes d'accise	63 345
Mauvaises créances	2 196
Telinture et entreposage	821 451
Huilage et emballage	172 324
Matières	166 249
Assurances	8 135
Frais d'intérêt	731 376
Programme accéléré d'enlèvement de vieilles ponduses	2 207 821
Frais de courtage sur ventes	-
Autres depenses	105 643
Prélèvements et frais de service	164 554
Irrecouvrables	86 650
	<u>43 603 982</u>
Excédent des dépenses sur les revenus	6 827 727
Solde du fonds au début de l'exercice	9 412 226
Solde du fonds à la fin de l'exercice	\$ 2 584 499



OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUVES  
ETAT DES RESULTATS D'EXPLOITATION ET DU SOLDE DU FONDS  
DE L'EXERCICE DE 52 SEMAINES TERMINE LE 26 DECEMBRE 1981  
FONDS D'ADMINISTRATION

	26 décembre 1981	27 décembre 1980
Revenus		
Prélèvements et frais de service	\$4 182 404	\$4 280 354
Placements	237 628	221 257
Autres revenus	39 681	18 415
	<u>4 459 713</u>	<u>4 520 026</u>
Frais d'exploitation		
Publicité	2 051 935	2 647 727
Promotion	120 103	82 104
Amortissements	21 745	16 746
Location de matériel	46 822	55 455
Réunions et déplacements	363 459	307 630
Frais de bureau	158 577	111 218
Autres dépenses	40 781	69 727
Indemnités quotidiennes de séjour	105 152	105 358
Affranchissement	14 062	14 004
Honoraires professionnels et de consultation	580 916	289 099
Etude de marché	38 558	-
Relations publiques	53 029	114 543
Loyer	57 990	42 849
Salaires	862 138	718 914
Téléphone et téléx	143 578	105 080
Traduction	33 203	24 180
Prélèvements et frais de service irrécouvrables	37 086	46 952
	<u>4 729 134</u>	<u>4 751 586</u>
Excédent des frais d'exploitation sur les revenus	269 421	231 560
Solde du fonds au début de l'exercice	1 629 142	1 860 702
Solde du fonds à la fin de l'exercice	\$1 359 721	\$1 629 142

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS

BILAN AU 26 DECEMBRE 1981

FONDS DU PROGRAMME DE PRODUCTION INDUSTRIELLE

26 décembre 1981  
27 décembre 1980

ACTIF

A court terme		
Encaisse	\$ -	\$ 338 336
Débiteurs		
Prélèvements et frais de service,	2 537 021	2 195 875
moins les sommes irrécouvrables,		
Ventes d'oeufs	1 210 279	2 193 307
Autres débiteurs	69 363	28 052
Stocks		
Oeufs en coquille	373 860	344 213
Oeufs traités	-	193 013
Cartons d'oeufs	39 846	-
	\$4 230 369	\$5 292 796

PASSIF ET SOLDE DU FONDS

A court terme		
Dettes bancaires	\$ 110 675	\$ -
Emprunt bancaire (note 3)	4 400 000	850 000
Créanciers et frais courus	1 848 738	1 858 297
	(2 129 044)	2 584 499
	\$4 230 369	\$5 292 796

Solde du fonds (note 4)

Approuvé au nom de l'Office  
..... , administrateur  
..... , administrateur

Touche Ross &amp; Cie

## OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUVES

BILAN AU 26 DECEMBRE 1981

FONDS D'ADMINISTRATION

26 décembre	1981	27 décembre	1980

## ACTIF

A court terme			
Encaisse	\$ 27 998	\$ 150 920	
Dépôts à court terme	1 025 205	1 428 873	
Débiteurs			
Prélèvements et frais de service,	578 238	570 294	
moins les sommes irrécouvrables			
Autres débiteurs	48 848	34 988	
Frais payés d'avance	-	15 191	
	1 680 289	2 200 266	

Immobilisations			
Ordinateur, matériel	150 975	127 054	
et améliorations locales	(71 490)	(48 330)	
Amortissements accumulés	79 485	78 724	
	\$1 759 774	\$2 278 990	

## PASSIF ET SOLDE DU FONDS

A court terme			
Créanciers et frais courus	\$ 400 053	\$ 649 848	
Solde du fonds	1 359 721	1 629 142	
	\$1 759 774	\$2 278 990	

Approuvé au nom de l'Office

....., administrateur

....., administrateur



Touche Ross & Cie

RAPPORT DES VÉRIFICATEURS

Le ministre de l'Agriculture  
Gouvernement du Canada

Le Conseil national de commercialisation  
des produits de ferme

Les membres de  
l'Office canadien de commercialisation des oeufs

Nous avons vérifié les bilans du Fonds d'administration et du Fonds du programme de production industrielle de l'Office canadien de commercialisation des oeufs au 26 décembre 1981 ainsi que l'état des résultats d'exploitation et du solde du Fonds pour le Fonds d'administration et l'état des résultats d'exploitation et du solde du Fonds du programme de production industrielle de l'Office canadien de commercialisation des oeufs. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues, et a comporté par conséquent les sondages et autres procédés que nous avons jugés nécessaires dans les circonstances, à l'exception de ce qui est mentionné dans le paragraphe ci-dessous.

En raison de la structure des prélèvements sur la production d'oeufs et des frais de service, notre vérification des prélèvements et des frais de service s'est limitée à un examen des montants comptabilisés.

À notre avis, à l'exception de l'effet des éventuels redressements que nous aurions pu juger nécessaires si nous avions été en mesure de vérifier les prélèvements et les frais de service au-delà des montants comptabilisés, ces états financiers présentent fidèlement la situation financière de l'Office canadien de commercialisation des oeufs au 26 décembre 1981 ainsi que les résultats de son exploitation pour l'exercice de 52 semaines terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus, appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

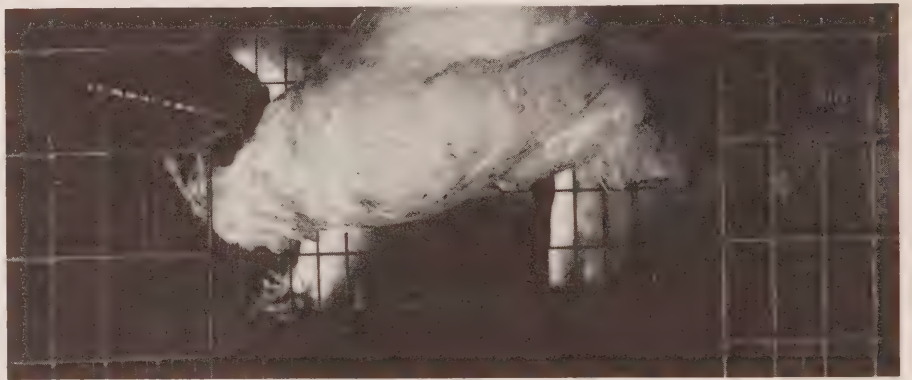
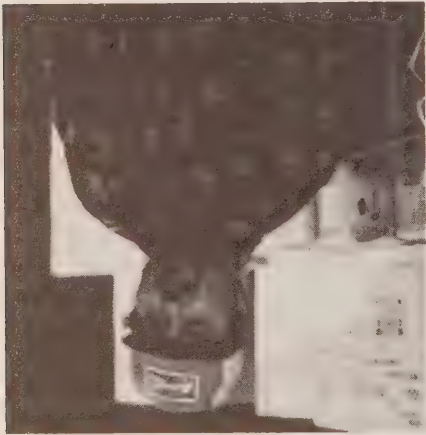
*Touche Ross & Cie*

Comptables agréés

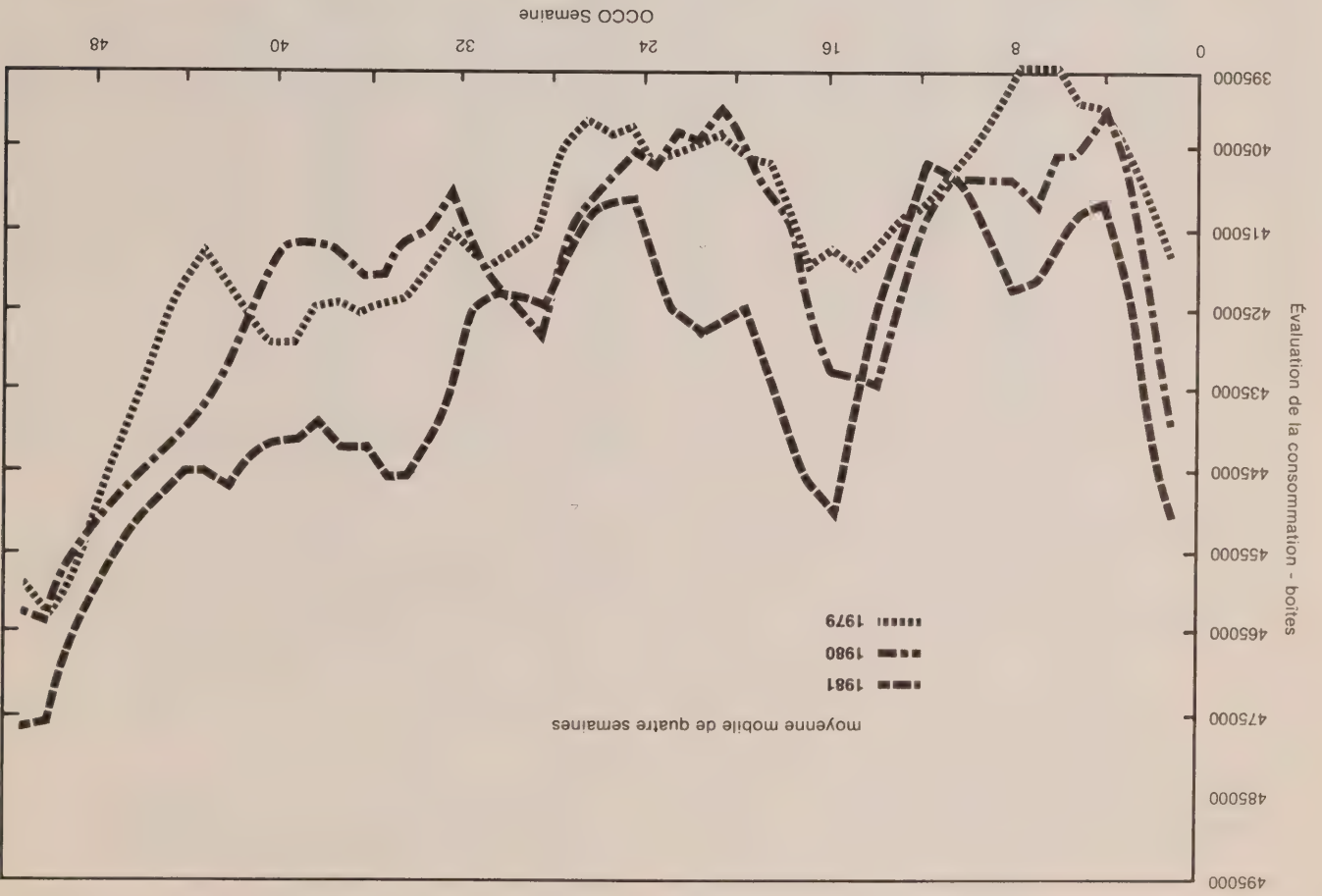
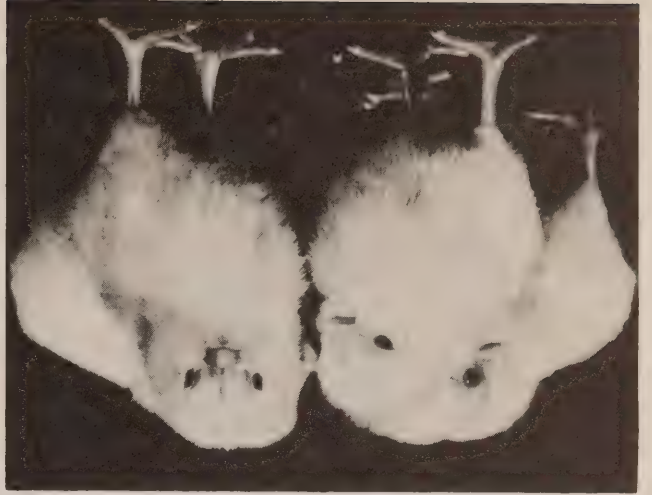
Ottawa (Ontario)  
Le 26 février 1982

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS  
RAPPORT ET ETATS FINANCIERS  
26 DECEMBRE 1981

*Touche Ross & Cie*







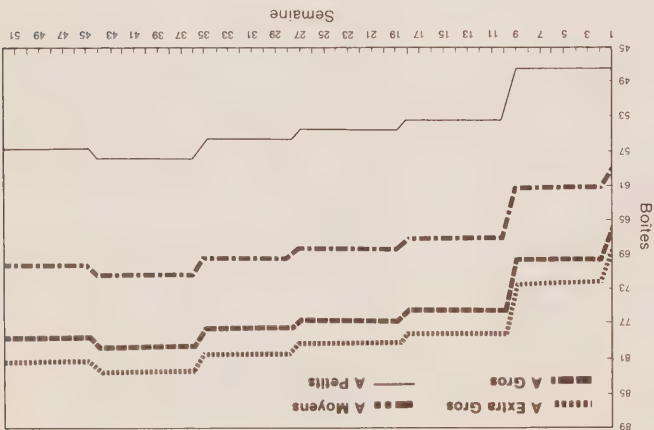
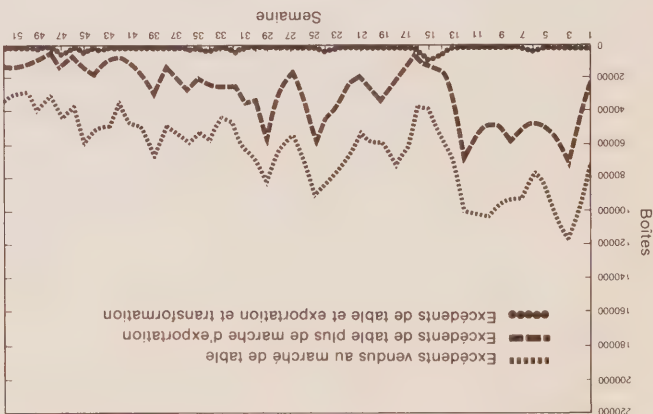
# Rapport en 1981

# Rapport des excédents au Canada

— à la douzaine —

— a la douzaine —

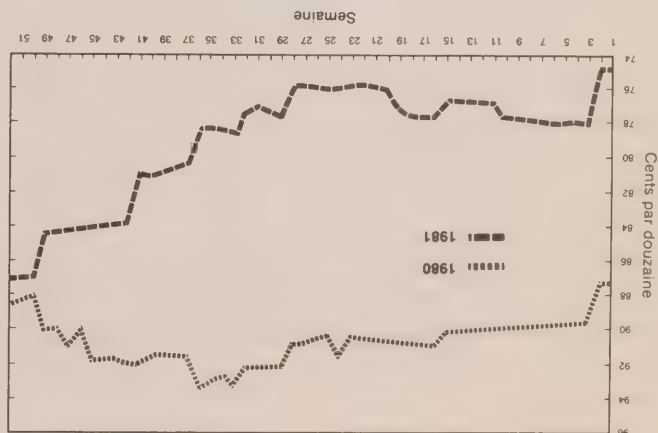
Toutes catégories en cents



1981	Sem.	Excédents au marché de table	Excédents d'exportation	Excédents au marché transformation	Tout excédent
1	750	18 621	48 674	68 045	68 045
2	0	49 765	45 483	95 248	95 248
3	0	68 884	46 633	115 517	115 517
4	0	54 014	49 005	103 019	103 019
5	2 162	44 954	35 905	83 021	83 021
6	4 500	41 859	29 437	75 796	75 796
7	1 851	46 519	40 853	89 223	89 223
8	0	58 001	34 252	92 253	92 253
9	0	47 455	47 696	95 151	95 151
10	0	49 820	50 985	100 805	100 805
11	0	54 474	45 111	99 585	99 585
12	1 600	67 617	27 971	97 188	97 188
13	6 340	22 208	39 706	64 254	64 254
14	6 780	7 919	40 698	55 397	55 397
15	9 470	2 593	24 928	36 991	36 991
16	2 942	407	30 270	33 619	33 619
17	1 600	9 415	48 776	59 791	59 791
18	1 000	21 299	48 129	70 428	70 428
19	0	30 166	27 959	58 125	58 125
20	0	26 377	31 170	57 547	57 547
21	1 650	16 056	32 499	50 205	50 205
22	2 002	19 437	43 131	64 570	64 570
23	1 600	33 020	38 362	72 982	72 982
24	4 700	37 238	39 923	81 861	81 861
25	1 550	55 101	31 098	87 749	87 749
26	917	25 480	36 548	62 945	62 945
27	483	13 546	38 873	52 902	52 902
28	600	25 709	34 558	60 867	60 867
29	0	56 701	22 935	79 636	79 636
30	1 300	31 527	35 634	68 461	68 461
31	2 300	30 150	31 332	63 782	63 782
32	4 491	19 111	23 667	47 269	47 269
33	540	23 134	18 354	42 028	42 028
34	3 800	19 193	30 733	53 726	53 726
35	0	18 220	32 947	51 167	51 167
36	0	26 436	30 109	56 545	56 545
37	0	17 612	30 916	48 528	48 528
38	0	11 550	35 257	46 807	46 807
39	600	27 996	36 017	64 613	64 613
40	0	17 692	30 663	48 355	48 355
41	0	9 552	35 459	45 011	45 011
42	0	6 146	26 168	32 314	32 314
43	2 321	6 214	36 677	45 212	45 212
44	2 500	13 352	32 914	48 766	48 766
45	4 500	7 520	44 925	56 945	56 945
46	2 680	1 836	29 360	33 876	33 876
47	6 320	5 724	30 097	42 141	42 141
48	500	2 859	26 244	29 603	29 603
49	3 000	4 756	29 259	37 015	37 015
50	1 500	8 685	16 642	26 827	26 827
51	1 500	11 135	14 990	27 625	27 625
52	0	12 168	20 680	32 848	32 848
TL	86 349	1 337 223	1 790 612	3 214 184	3 214 184

SEM.	AEG	AG	AM	AP
1	68,00	65,00	58,00	45,00
2	72,00	69,00	60,50	47,00
3	72,00	69,00	60,50	47,00
4	72,00	69,00	60,50	47,00
5	72,00	69,00	60,50	47,00
6	72,00	69,00	60,50	47,00
7	72,00	69,00	60,50	47,00
8	72,00	69,00	60,50	47,00
9	72,00	69,00	60,50	47,00
10	78,00	75,00	66,50	53,00
11	78,00	75,00	66,50	53,00
12	78,00	75,00	66,50	53,00
13	78,00	75,00	66,50	53,00
14	78,00	75,00	66,50	53,00
15	78,00	75,00	66,50	53,00
16	78,00	75,00	66,50	53,00
17	78,00	75,00	66,50	53,00
18	78,00	75,00	66,50	53,00
19	79,00	76,00	67,50	54,00
20	79,00	76,00	67,50	54,00
21	79,00	76,00	67,50	54,00
22	79,00	76,00	67,50	54,00
23	79,00	76,00	67,50	54,00
24	79,00	76,00	67,50	54,00
25	79,00	76,00	67,50	54,00
26	79,00	76,00	67,50	54,00
27	79,00	76,00	67,50	54,00
28	80,00	77,00	68,50	55,00
29	80,00	77,00	68,50	55,00
30	80,00	77,00	68,50	55,00
31	80,00	77,00	68,50	55,00
32	80,00	77,00	68,50	55,00
33	80,00	77,00	68,50	55,00
34	80,00	77,00	68,50	55,00
35	80,00	77,00	68,50	55,00
36	82,00	79,00	70,50	57,00
37	82,00	79,00	70,50	57,00
38	82,00	79,00	70,50	57,00
39	82,00	79,00	70,50	57,00
40	82,00	79,00	70,50	57,00
41	82,00	79,00	70,50	57,00
42	82,00	79,00	70,50	57,00
43	82,00	79,00	70,50	57,00
44	82,00	79,00	70,50	57,00
45	81,00	78,00	69,50	56,00
46	81,00	78,00	69,50	56,00
47	81,00	78,00	69,50	56,00
48	81,00	78,00	69,50	56,00
49	81,00	78,00	69,50	56,00
50	81,00	78,00	69,50	56,00
51	81,00	78,00	69,50	56,00
52	81,00	78,00	69,50	56,00

# Prix moyen pondéré aux producteurs canadiens — Toutes catégories



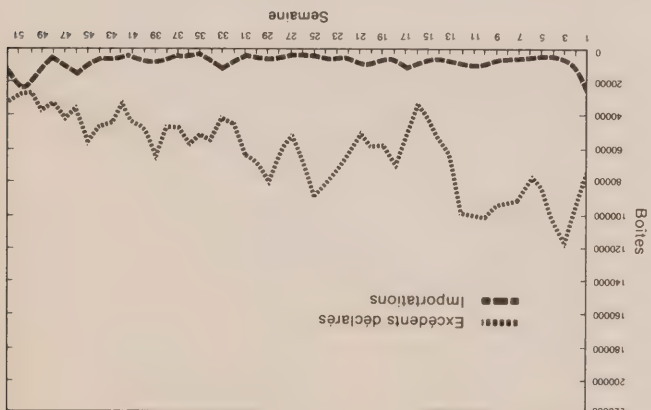
SEM. 1980	1	74.9	87.1	SEM. 1981	1	87.1	AV	1	68.045
	2	74.9	87.1		2	87.1	TL	2	61.886
	3	77.9	89.4		3	89.4	52	3	32.218
	4	77.9	89.6		4	89.6	51	27	27.625
	5	78.1	89.6		5	89.6	50	26	26.827
	6	77.9	89.7		6	89.7	49	36	36.954
	7	77.8	89.9		7	89.9	48	33	33.603
	8	77.8	89.9		8	89.9	47	42	42.141
	9	77.8	89.9		9	89.9	46	33	33.876
	10	77.7	89.9		10	89.9	45	56	56.945
	11	76.8	89.9		11	89.9	44	48	48.766
	12	76.9	89.9		12	89.9	43	45	45.212
	13	76.8	89.9		13	89.9	42	32	32.314
	14	76.8	90.0		14	90.0	41	45	45.011
	15	76.7	90.0		15	90.0	40	48	48.355
	16	77.5	90.6		16	90.6	39	64	64.613
	17	77.6	90.7		17	90.7	38	46	46.807
	18	77.5	90.6		18	90.6	37	48	48.528
	19	77.2	90.5		19	90.5	36	56	56.545
	20	76.1	90.5		20	90.5	35	51	51.132
	21	75.9	90.5		21	90.5	34	53	53.726
	22	75.8	90.4		22	90.4	33	42	42.028
	23	75.8	90.3		23	90.3	32	47	47.269
	24	76.0	91.3		24	91.3	31	63	63.782
	25	76.1	90.3		25	90.3	30	68	68.461
	26	75.9	90.4		26	90.4	29	79	79.636
	27	75.8	90.7		27	90.7	28	60	60.867
	28	75.9	90.6		28	90.6	26	52	52.902
	29	77.6	92.1		29	92.1	25	62	62.945
	30	77.4	92.0		30	92.0	24	87	87.749
	31	77.2	92.0		31	92.0	23	81	81.861
	32	77.5	92.1		32	92.1	22	72	72.982
	33	78.5	93.2		33	93.2	21	50	50.205
	34	78.3	92.6		34	92.6	20	57	57.547
	35	78.4	93.0		35	93.0	19	58	58.125
	36	78.6	93.0		36	93.0	18	70	70.428
	37	80.3	91.4		37	91.4	17	33	33.619
	38	80.5	91.4		38	91.4	16	36	36.991
	39	80.7	91.4		39	91.4	15	55	55.397
	40	81.1	91.5		40	91.5	14	64	64.254
	41	81.0	91.7		41	91.7	13	97	97.188
	42	83.9	91.7		42	91.7	12	99	99.585
	43	83.9	91.5		43	91.5	11	100	100.805
	44	84.0	91.6		44	91.6	10	95	95.151
	45	84.1	91.7		45	91.7	9	92	92.253
	46	84.2	90.8		46	90.8	8	89	89.223
	47	84.3	89.8		47	89.8	7	75	75.796
	48	84.4	89.9		48	89.9	6	83	83.021
	49	86.9	87.9		49	87.9	5	103	103.019
	50	87.0	88.2		50	88.2	4	115	115.517
	51	87.0	88.3		51	88.3	3	95	95.248
	52				52		2	68	68.045

SEM. 1981

PRIX

EXCÉDENTS DÉCLARÉS

IMPORTATIONS



## Canada — Rapport des excédents déclarés et des importations



Mois	Colombie-Britannique	Alberta	Saskatchewan	Manitoba	Ontario	Québec
Janvier	2 651 645 Cont. Inv.	2 539 488‡ Cont. Inv.	1 640 410 Cont. Inv.	1 534 641 Inv.	769 935 Cont. Inv.	730 270 Inv.
Février	2 557 583‡	1 533 786	693 364 (Fév. 28)	2 387 657‡	7 816 886 (Fév. 22)	3 302 473‡ (Fév. 21)
Mars	2 524 420‡	1 518 159	718 666 (Mars 28)	2 283 061‡	7 709 804 (Mars 29)	3 241 003‡ (Mars 21)
Avril	2 519 600‡	1 508 247	730 661 (Avr. 25)	2 159 744	7 538 973 (Avr. 26)	3 329 794‡ (Avr. 18)
Mai	2 400 891‡	1 522 782	699 651 (Mai 23)	2 023 038	7 203 310 (Mai 31)	3 327 825‡ (Mai 31)
Juin	2 378 354‡	1 534 564	662 704 (Jun 20)	2 175 058	7 258 267 (Jun 28)	3 330 502‡ (Jun 30)
Juillet	2 427 828‡	1 550 844	693 099 (Juil. 18)	2 230 000	7 497 712 (Juil. 26)	3 290 164‡ (Juil. 11)
Août	2 471 666‡	1 513 144	686 763 (Août 15)	2 299 637	7 572 125 (Août 30)	3 245 036‡ (Août 8)
Septembre	2 512 715‡	1 552 976	684 916 (Sept. 12)	2 318 325	7 672 068 (Sept. 27)	3 275 593‡ (Sept. 5)
Octobre	2 502 169‡	1 543 790	677 348 (Oct. 10)	2 288 344	7 764 067 (Oct. 25)	3 211 639‡ (Oct. 3)
Novembre	2 561 250	2 494 069‡	677 274 (Nov. 7)	2 271 474	7 561 145 (Nov. 29)	3 253 693‡ (Oct. 31)
Decembre	2 465 794‡	1 484 875	689 785	2 314 124	7 469 806	3 195 763‡
Moyenne	2 482 881	1 524 226	695 375	2 259 509	7 573 195	3 276 992

Mois	Nouveau-Brunswick	Nouvelle-Écosse	I.-P.-E.	Terre-Neuve	Totaux	Totaux
Janvier	419 229 Cont. Inv.	401 035‡ Cont. Inv.	859 067‡ Inv.	130 967 Inv.	396 022 Cont. Inv.	19 859 969 Totaux 1980
Février	392 205‡	889 049‡	120 854	371 710	20 065 567	19 833 810
Mars	398 887‡	865 755‡	114 612	363 446	19 737 813	19 947 319
Avril	396 382‡	811 870‡	127 608	339 395	19 462 274	19 970 648
Mai	386 149‡	763 021‡	135 873	319 107	18 781 647	19 874 010
Juin	399 855‡	787 875‡	136 483	386 220	19 049 882	19 697 390
Juillet	375 015‡	830 884‡	134 872	382 396	19 412 814	19 801 661
Août	369 963‡	817 327‡	132 814	378 610	19 487 085	19 954 957
Septembre	397 355‡	807 578‡	123 173	373 229	19 717 928	20 098 314
Octobre	392 023‡	852 482‡	126 856	371 228	19 729 946	20 268 106
Novembre	419 229	397 418‡	811 276	132 810	392 443	19 484 510
Decembre	397 471‡	852 680‡	137 491	394 123	19 401 912	20 380 414
Moyenne	391 980	829 072	129 534	372 327	19 535 091	19 986 944

\* Les allocations se rapportent au contingentement permis en vertu d'un arrangement fédéral-provincial.  
\*\* L'inventaire se rapporte au nombre de pondouses d'une province, tel que donné par le bureau provincial, à moins d'indications contraires.

† O.C.C.O./verificateur  
‡ En voie de révision

†† Comprend l'inventaire de la Ferme Lyn.  
— Comprend l'inventaire de Wout Van Gaal.

## Rapport sur la réunion de la CIO tenue à Dublin, Irlande, en septembre 1981

par Stan Steen

Du 13 au 19 septembre 1981, j'ai eu l'honneur et le privilège de représenter l'OCCO lors de la réunion annuelle de la Commission internationale pour les oeufs.

Chaque jour de cette réunion portait sur une facette particulière de la production et du marketing des oeufs. Les sujets discutés variaient des questions intéressant les producteurs primaires jusqu'au marketing des oeufs, la situation économique des producteurs, la santé et le bien-être des ponduses, le marketing relatif aux exportations, la publicité, l'emballage, etc.

Des représentants de chaque pays ont présenté un rapport sur l'industrie telle qu'elle se présentait dans leur pays et comme la C.I.O. n'est pas strictement formée de producteurs mais également des plus grands commerçants d'oeufs en Europe, les présentations se sont révélées très variées. Par exemple, la majorité des pays ont rapporté des revenus satisfaisants pour leurs producteurs. Réciproquement, les délégués américains ont fait part que leurs producteurs avaient connu une année difficile avec des prix sous leurs coûts de production ainsi que des placements moins élevés. Il est anticipé qu'avec ces placements plus bas, les prix seront plus stables l'an prochain. Un énoncé particulier a attiré mon attention. Un Américain disait que le géant dormant s'était maintenant éveillé. "Les États-Unis sont prêts à délivrer des oeufs, n'importe où dans le monde, moyennant 50 cents par douzaine." Il soutenait que de telles transactions permettraient tout de même au producteur de réaliser un profit. Toutefois, j'ai découvert que cette personne connaît une production de 3 millions de ponduses, qu'elle les place auprès de gens qui sont rémunérés pour la cueillette des oeufs et qui fournissent les bâtisses et tout le nécessaire sauf les provendes et la ponduse comme tel. Pour ce genre d'arrangement, ces personnes reçoivent environ 4 cents par douzaine. Comme le disait un autre Américain présent, cela leur permet de vivre mais non de remplacer les installations qui vieillissent.

Ceux qui se préoccupent du bien-être des animaux poursuivent un travail très actif à l'échelle mondiale, compte tenu d'opinions diversifiées qui sont imposées aux producteurs. Deux conférenciers ont fait part d'opinions à partir de points de vue différents. M. Roberts, réputé pour sa défense du bien-être, soulignait la cruauté que représentait la tenue des ponduses en cage. Il faisait allusion au fait que cela révélait l'attitude caractéristique de certaines personnes vis-à-vis leurs concitoyens. Par ailleurs, Mme Janet Graham, assumant la défense des consommateurs, stipulait que selon elle, la conscience publique était satisfaite des lois normales régissant la prévention de la cruauté aux animaux. Elle ajoutait également que les ménagères étaient heureuses de la qualité et de l'uniformité du produit provenant de ponduses en cage.

Sur les lieux de la réunion, plusieurs pays tenaient des kiosques où l'on pouvait voir le matériel de promotion utilisé dans leurs compagnes publicitaires. Certains pays comme l'Australie ne font aucune publicité à l'échelle nationale mais travaillent plutôt par l'intermédiaire des offices d'état régissant les oeufs alors qu'en Belgique, la publicité radiodiffusée ou télévisée est interdite et comme résultat, seules des séances d'information ont lieu et des démonstrations offertes dans le cadre des programmes des écoles culinaires.

Au cours d'une séance tenue en soirée, nous avons assisté à une présentation de films promotionnels de divers pays. Le Canada y présentait ses messages publicitaires télévisés "Get Cracking" (Je repars en oeuf) et "Eggs Instead". Suite à ce visionnement, les délégués canadiens reçurent maintes félicitations pour la qualité de leur matériel.

Je remercie très sincèrement le personnel de l'OCCO qui m'a aidé dans le cadre des préparatifs en vue de la réunion du D.I.O. et, M. Phil Eldridge, représentant sortant de l'OCCO, pour le grand nombre de contacts utiles que j'ai pu faire auprès de personnes ressources lors de cette réunion.

## Rapport de la commission d'enquête sur les prix

par Harold Crossman

À la demande du Conseil de l'OCCO, un petit comité a été créé dont le mandat était d'étudier notre système d'établissement des prix et les solutions de rechange qui s'y prétaient. Lors de leur réunion tenue en mars 1981, les Signataires demandaient à l'OCCO de leur présenter ces solutions à leur prochaine réunion.

Au cours de réunions tenues avant le mois de juillet 1981, la commission décidait que l'étude de Touche Ross et Associés sur les coûts de production à l'échelle provinciale devait faire l'objet d'un examen étant donné qu'elle portait sur 70% de la production dans chaque province. Vers la fin de l'automne, ce document était disponible ainsi qu'un rapport préparé par le Dr Peter Arcus au nom du CNCPA et plusieurs provinces présentaient bon nombre d'autres documents pertinents. La commission s'est adonnée à une étude détaillée de ces diverses propositions.

Vers la fin de l'année, les membres de la commission ont tenu des discussions avec les offices provinciaux et quelques Signataires. Une réunion était prévue pour le début de la nouvelle année auquel moment la commission espérait arriver à une entente.

Il est important de souligner, ici, un point ou deux. La commission est d'avis qu'il serait très difficile d'apporter un changement radical quelconque à la politique régissant l'établissement des prix. L'opinion générale est que le coût de production provincial démontre clairement que les producteurs ne sont pas sur-rémunérés!

S'il est déterminé, après un examen approfondi, que le système actuel est le meilleur pour l'industrie des oeufs, la commission n'aura nul autre choix que de procéder à une étude sérieuse de la position du Conseil national de commercialisation des produits agricoles quant à la structure de l'établissement des prix. Comme cela peut engendrer des modifications de l'Accord fédéral-provincial, cette responsabilité relèverait des Signataires.



Je désire remercier personnellement tous ceux qui ont travaillé avec autant de diligence au sein du comité, et j'espère que cette question trouvera une solution en 1982.



## Rapport du comité pour le contrôle de la qualité des oeufs

par Linda Boxall

En 1981, nous avons tenu à Winnipeg, Manitoba, le premier colloque annuel mixte sur la qualité des oeufs et auquel participaient des représentants provinciaux et de l'OCCO pour discuter de problèmes mutuels à cet effet.

Le comité de l'OCCO pour la qualité des oeufs pouvait, pour la première fois, aborder avec les provinces, les problèmes communs et élaborer des stratégies pour l'avenir.

D'excellentes présentations techniques ont été faites par le Professeur Henry Orr, du Département des sciences animales de l'Université de Guelph et par le Professeur Guenter de l'Université du Manitoba.

Les personnes présentes tiraient la conclusion générale que selon les consommateurs, les principaux problèmes rattachés à la qualité des oeufs étaient:

1. Les fissures
2. L'état de la coquille (par exemple: la saleté, etc.)
3. La saveur de l'oeuf
4. La couleur du jaune

Il est important de mettre l'accent sur l'amélioration de la qualité des oeufs de sorte que le consommateur demeure satisfait du produit et qu'il en augmente sa consommation.

Comme résultat de l'attention que porte le comité à l'amélioration de la qualité des oeufs, le Conseil d'administration lui a demandé de concevoir un code d'éthique convenable à l'intention de tous les producteurs. Le comité a suivi des approches logiques et sensées en ce qui touche la qualité des oeufs.

Pendant une grande partie de l'année, le comité s'est adonné à la mise au point d'un code d'éthique acceptable.



Récemment, Agriculture Canada rapportait qu'environ 6,5% à 7% des troupeaux surveillés étaient marqués d'un problème quelconque en rapport à la qualité des oeufs produits. Compte tenu des appareils de classement à production élevée que l'on utilise de nos jours, il devient très difficile de déceler et de retirer une proportion élevée d'oeufs appartenant à des sous-catégories. Comme résultat, une certaine quantité de ces oeufs se retrouvent à la table des consommateurs.

Le comité souhaite qu'en incitant le recours à de meilleures pratiques de maintenance, il sera possible de réduire, de façon importante, le nombre d'oeufs de qualité inférieure.

Actuellement, le comité s'attarde à la maintenance des oeufs à la ferme mais étudiera sous peu les pratiques de maintenance retrouvées ailleurs dans la chaîne de production.

Le Conseil d'administration de l'OCCO a déjà reçu les premières recommandations du comité. On espère qu'avec la collaboration de l'OCCO et des offices provinciaux, il sera possible de bientôt mettre en pratique un code d'éthique convenable relativement à la maintenance des oeufs au Canada.

Je remercie très sincèrement mes collègues au sein du comité pour leurs efforts soutenus et de façon plus particulière, Messieurs Don Hicks, Harry Law, John Eyking, Tom Grahame, Art Allen, Paul McLoughlin, Arnold Read et Gib Shouldice.

## Rapport du comité pour le coût de production

par David Kirk

En 1981, le comité de l'OCCO pour le coût de production s'est réuni à six reprises.

C'est au cours du premier semestre que s'est déroulé le sondage de mise à jour de 1981. Il a également été décidé qu'en plus du sondage régulier sur les troupes de 10 000 à 50 000 pondées, à titre de

base pour déterminer un coût de production national moyen ainsi que les rendements des producteurs, l'on entreprenne un autre sondage en fonction d'un échantillonage permettant d'obtenir de solides

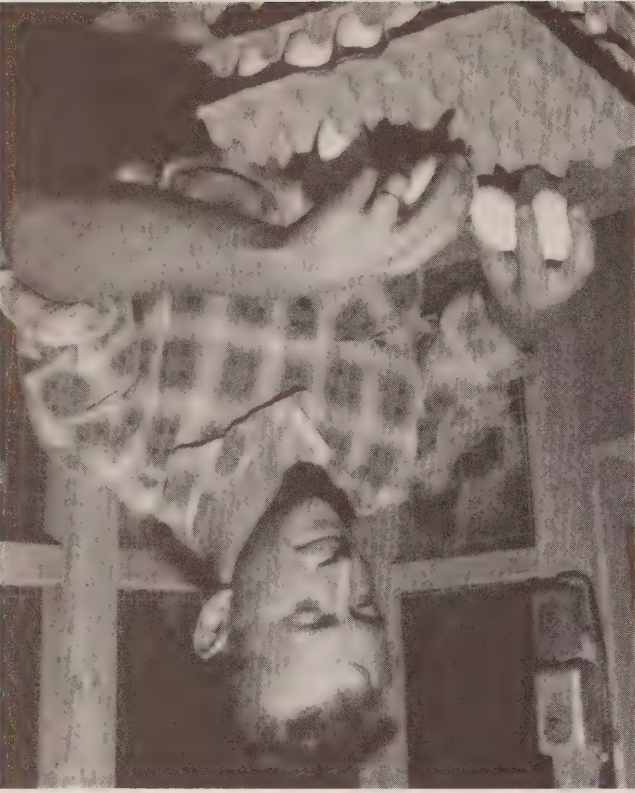
données sur les coûts de production provinciaux. Le principe d'un échantillonage normalisé voulait que le sondage soit effectué auprès des producteurs représentant la production médiane de 70% (15% des producteurs plus petits et 15% des producteurs plus grands). C'est ce qui fut fait et les résultats font

actuellement l'objet d'une étude par l'OCCO, surtout en ce qui touche la politique régissant l'établissement des prix.

Pour la première fois, la mise à jour de 1981 (prix de 1980) révélait un coût national moyen beaucoup plus élevé pour les provenances par rapport aux prix publiés par la Commission canadienne des provenances pour la même période et qui sont ceux que l'on utilise dans le cadre de la formule d'établissement des prix. Cette situation a entraîné une étude détaillée qui se poursuit toujours d'ailleurs et qui porte sur les problèmes rencontrés dans la perception hebdomadaire de données précises sur le coût des provenances.

En ce qui concerne les frais de main-d'œuvre, les résultats du sondage ont révélé des coûts généraux plus élevés que le taux publié pour la main-d'œuvre et qui sert de composante facultative dans la formule d'établissement des prix. Il s'agit là d'un sujet de préoccupation. La main-d'œuvre est maintenant répartie en trois plutôt qu'en deux catégories — la gestion, la main-d'œuvre spécialisée et générale; aussi, avant le sondage, le comité s'est longuement attardé à l'obtention d'une plus grande précision quant à la définition de ces catégories.

Suite à une recommandation du cabinet Touche Ross, qui fut acceptée par le Conseil de l'OCCO, on adoptait un changement voulant le recours à un ensemble de rendements actuels sur les obligations plutôt qu'au taux préférentiel plus un pour cent. Dans le cadre de la mise à jour de 1981, on constatait un taux d'utilisation amélioré pour les provenances comparativement à la mise à jour de 1979, soit une baisse de 4,16 livres par douzaine à 4,1 livres. Les résultats de la mise à jour de 1981 n'ont pas encore été appliqués à la formule actuelle d'établissement des prix étant donné que toutes les questions relatives à leur application, dans le cadre de la formule, n'ont pas encore été résolues.





## Rapport du comité pour la vérification

par Stan Steen

Comme l'opinion de certains administrateurs était qu'une trop grande responsabilité financière relevait de la direction, l'Office canadien de commercialisation des oeufs formait, il y a déjà cinq ans, son comité pour la vérification. Son mandat consiste à exercer le contrôle nécessaire sur les affaires financières de l'Office.

Les vérificateurs de l'OCCO demeurent les conseillers du cabinet Touche Ross et Associés. Bien que leur nomination relève du Conseil d'administration, elle doit être approuvée par le gouvernement fédéral. Un certain retard dans la réception de cette approbation gouvernementale a fait en sorte que les procédés de vérification soient entrepris avant celle-ci.

Les vérifications au sein de l'OCCO ont lieu annuellement, semestriellement et trimestriellement. Avant qu'elles ne débutent, le comité doit se réunir avec les membres de la direction et les vérificateurs afin d'établir la portée que prendra ladite vérification. À ce moment, tout administrateur peut demander qu'un domaine d'intérêt particulier fasse l'objet de la vérification en question.

On tient des séances à huis-clos auxquelles participent les membres du comité et les vérificateurs. Ces rencontres permettent d'évaluer les relations entre les vérificateurs et le personnel de l'OCCO et de présenter des recommandations quant au fonctionnement général de l'Office. Si nécessaire, les résultats de ces discussions sont présentés au Conseil d'administration ainsi qu'à la direction pour fin d'approbation et aussi, pour que des mesures adéquates soient prises.

Suite à chaque réunion du comité pour la vérification, l'on tient des séances à huis-clos auxquelles participent les membres du comité et les vérificateurs. Ces rencontres permettent d'évaluer les relations entre les vérificateurs et le personnel de l'OCCO et de présenter des recommandations quant au fonctionnement général de l'Office. Si nécessaire, les résultats de ces discussions sont présentés au Conseil d'administration ainsi qu'à la direction pour fin d'approbation et aussi, pour que des mesures adéquates soient prises.

Dans le but d'établir le budget administratif de 1982, le comité pour le budget s'est réuni à deux reprises, soit en octobre et en décembre 1981. Cette année, ce travail s'est révélé plus difficile étant donné que les demandes préliminaires émanant des comités et du secteur de l'administration étaient supérieures d'environ 25% aux revenus anticipés. Toutefois, après une étude budgétaire détaillée avec la direction et suite à une révision des besoins exprimés par les comités, il a été possible d'équilibrer le budget.

par Ted Wiens

## Rapport du comité pour le budget

Le comité pour le budget a reçu un nouveau mandat, soit celui d'exercer un contrôle sur le budget administratif et de présenter, tous les quatre mois, un rapport au Conseil de l'Office.

Je désire remercier la direction de l'OCCO qui a consacré beaucoup de son temps à l'étude du budget en collaboration avec le comité ainsi que mes collègues, membres du comité, Messieurs Claude Bernard et Arnold Vriens.



## Rapport du comité pour le marketing

par Doreen Thomas

Le concept général de la publicité au sein de l'OCCO a connu, en 1981, un changement d'importance. La preuve la plus évidente d'un tel changement se retrouve dans le nom du comité qui passa de comité pour la publicité à celui de comité pour le marketing, mais la portée générale s'étend bien au-delà d'un changement de nom.

Le comité pour le marketing a demandé une étude détaillée des efforts déployés dans le passé relativement à son programme de publicité. Comme résultat, une nouvelle approche était proposée au Conseil d'administration.

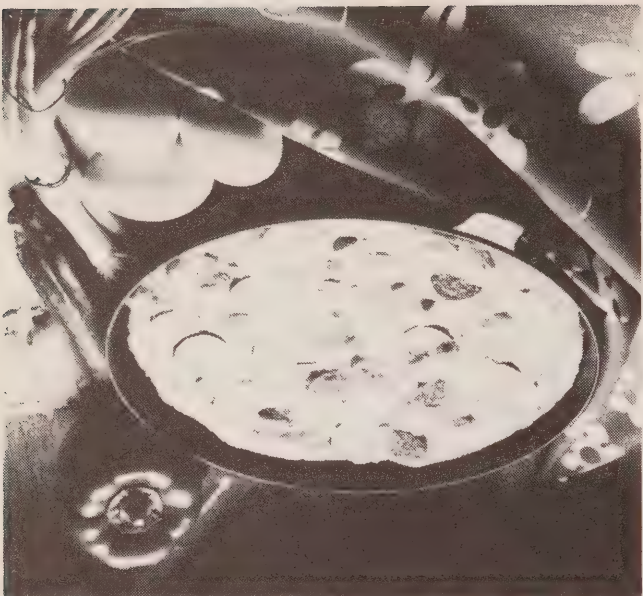
La première étape dans le cadre de cette nouvelle approche était que l'OCCO entreprenne un programme de recherches de sorte à identifier les tendances des consommateurs. Ce programme servira de base à partir de laquelle l'OCCO pourra élaborer des stratégies qui lui permettront de rencontrer ses objectifs qui sont d'accroître la consommation d'oeufs. À mesure que les programmes seront établis, l'OCCO pourra, par l'intermédiaire d'une recherche continue, déterminer la valeur de ses stratégies de marketing.

Un point important de cette approche est de poursuivre un travail en étroite collaboration avec les provinces. Cela comprend une participation provinciale à la recherche, ainsi que la surveillance, la mise à l'épreuve et l'évaluation de la publicité dans diverses régions du Canada.

Dans le cadre de cette nouvelle approche, l'accent portera davantage sur "l'utilisation" que sur "l'achat" d'oeufs. Grâce à une campagne nationale d'imprimés dans laquelle on procédera à la démonstration de nouvelles recettes, les consommateurs verront qu'il n'est pas dispendieux d'utiliser les oeufs et qu'il s'agit d'un aliment très nutritif.

De petits livres de recettes seront distribués gratuitement. Cette campagne réduira le budget de la publicité de façon appréciable tout en assurant une prise de conscience élevée.

Bien entendu un tel changement a entraîné beaucoup de travail pour le personnel de l'OCCO. Le comité désire leur exprimer sa plus sincère gratitude pour les efforts acharnés qui ont été déployés au nom des producteurs d'oeufs et des consommateurs de tout le Canada.



L'année 1981 ne s'est pas passée sans heurts. Certaines provinces, surtout de l'Ouest, se sont impatientes. Connaissant un accroissement rapide de leur population, elles ont cru que l'OCCO se devait de revoir sa politique d'allocation des contingents. À leur avis, cette politique vieille de dix ans devait évoluer. Il est évident qu'il s'agissait là d'un sujet difficile et délicat. Malgré les différends et la nature complexe de la question, l'OCCO mettait au point, à l'autome, une politique permettant l'allocation de contingents au-delà de 100%. Nos longues journées de labeur ont porté fruit.

Comme d'habitude, l'industrie du conditionnement a constitué un secteur actif des préoccupations de l'OCCO. En 1981, les conditionneurs ont acheté 1,4 million de caisses, comparativement à 1,9 million en 1980. De concert avec le Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volaille, un nouveau mécanisme de prix a été élaboré et mis en oeuvre. Celui-ci se fonde sur le potentiel de concurrence de l'industrie en Amérique du Nord et garantit des cycles de prix en accord avec les besoins de l'industrie.

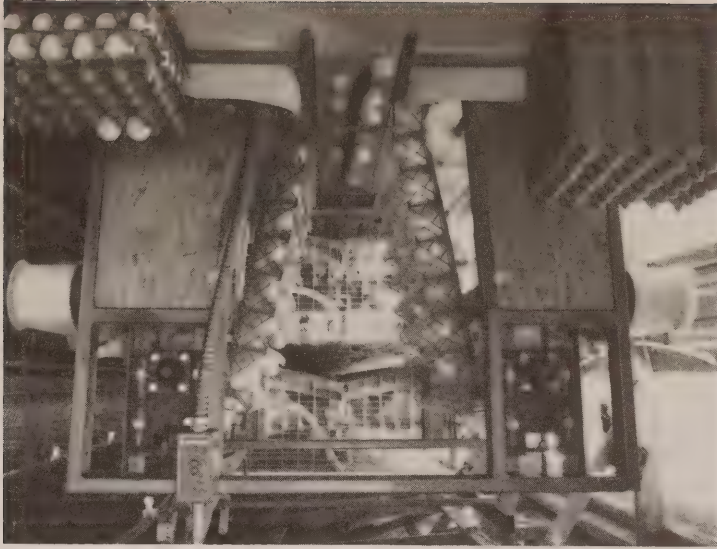
À l'été, le cabinet Touche Ross et Associés terminait une étude de mise à jour des coûts de production, entreprise pour le compte de l'Office. J'aimerais ici remercier Dave Kirk et le comité pour le coût de production des conseils et des critiques utiles qu'ils ont formulés à la direction afin que les données recueillies par les experts-conseils se prêtent à une meilleure utilisation.

L'année s'est terminée sur une note très positive. En effet, j'ai eu le privilège de participer avec plusieurs mes homologues de l'agriculture à une mission commerciale au Moyen-Orient, dirigée par Yvan Jacques, sous-ministre adjoint de l'Agriculture. À mon avis, cette visite a été très réussie. J'ai pu obtenir des renseignements de premier ordre sur les liens qui existent entre les marchés d'exportation et l'industrie des oeufs et j'ai établi de nombreux contacts en Egypte, en Arabie Saoudite et en Algérie qui profiteront sûrement à l'Office lorsque l'industrie canadienne des oeufs décidera d'attaquer les marchés étrangers. Je remercie vivement nos ambassades dans les pays visités.

Pour terminer, je tiens à féliciter mes collaborateurs à l'OCCO de leur excellent travail en 1981. Ils ont formé une équipe du tonnerre, une équipe qui fait sans aucun doute la fierté de tous les producteurs d'oeufs.

Je m'en voudrais de ne pas exprimer ma gratitude au président et au Conseil d'administration pour l'aide et la confiance qu'ils m'ont accordées en 1981. Je ne saurais me passer de cette étroite collaboration pendant la prochaine année.

J'entrevois beaucoup de choses pour l'année 1982. Pour l'Office, encore des défis. Pour moi, des occasions nouvelles de parfaire mes connaissances. Pour l'industrie canadienne des oeufs, un dynamisme et un succès inégaux.





# Rapport du directeur général

par Jean Brassard

Ma première année à titre de directeur général de l'OCCO vient de se terminer. Ce fut l'occasion pour moi de comprendre, d'apprendre et de relever un défi. Le défi? Comment gérer un office national qui jouit déjà d'une bonne réputation afin de donner aux producteurs les services auxquels ils ont droit et aux consommateurs, la qualité et l'approvisionnement en produits qui leur ont été garantis.

J'ai aussi appris beaucoup de choses: par exemple, ce que signifient un excédent, un contingent, et une redevance, la façon d'apparier l'offre et la demande, le mécanisme des prix, le marketing du produit; l'Accord fédéral-provincial ainsi que ses répercussions, sa raison d'être et son évolution.

Enfin, il m'a fallu comprendre comment les producteurs d'une province pensent, quels sont leurs frustrations, leurs craintes et leurs espoirs; comment des producteurs de régions différentes, visant tous les mêmes objectifs, ont des idées différentes sur la façon de résoudre des problèmes communs. Bref, une société complexe composée de personnes qui apprennent à vivre ensemble.

Tout en m'initiant aux rouages de notre réseau national d'approvisionnement et en essayant de comprendre la diversité des buts des partenaires de ce réseau, il m'a quand même fallu faire face aux défis quotidiens.

Au cours de la dernière année, l'Office a mis en oeuvre de nouveaux programmes afin de prévoir avec plus de précision la production et la disparition d'oeufs. Nous avons donc dû entretenir des relations étroites avec Agriculture Canada, Statistique Canada et tous les offices provinciaux. Bien qu'il reste encore beaucoup de détails à mettre au point, je crois que nous avons fait de grands progrès dans le processus de prévision, c'est-à-dire que nous saurons quand, où et pourquoi il se produira des hausses et des baisses au niveau de la production et de la consommation d'oeufs au Canada.

À la suite d'une surabondance de produit et d'une baisse du prix mondial, le Conseil d'administration de l'Office décidait le 8 mars de mettre sur pied un programme accéléré d'enlèvement des ponduses. Comprenant mal le but de notre entreprise, le public n'a pas réagi positivement à ce programme qui a, cependant, connu un franc succès. Les derniers résultats indiquent qu'environ 1,3 million de ponduses ont été retirées du marché, ce qui a permis de réaliser une économie de près de \$2,25 millions dans le fonds des producteurs. La participation de ces derniers était entièrement libre. Si le besoin s'en fait sentir, l'Office devra examiner de nouveau la possibilité de remettre en place ce programme malgré les critiques qu'il suscite.

Notre service responsable du commerce a conclu à la fin de 1981 un important contrat de vente avec des acheteurs étrangers. Grâce à ce contrat, les producteurs ont pu récupérer une partie de leurs pertes monétaires. Cela prouve une fois de plus que les oeufs canadiens peuvent se vendre très bien sur un marché mondial fortement concurrentiel.

L'Office a également contribué au programme mondial d'aide en offrant à un coût minime 10 tonnes métriques d'oeufs en poudre, riches en protéines, aux Missionnaires de la Charité. On sait que cet organisme travaille sans relâche à distribuer des vivres aux affamés du Tiers Monde. Il conviendrait de souligner que ce projet n'a pas reçu tout l'éclat qu'il méritait dans la presse en général.

Chaque directeur général apporte avec lui des idées nouvelles, certaines plus inspirées que d'autres. Étant donné que le secteur du marketing est très important pour tous les producteurs canadiens, je m'en suis fait un objectif en 1981. Fort de l'aide inestimable de notre comité et service du marketing, nous avons élaboré une nouvelle approche, c'est-à-dire que nous avons réévalué nos stratégies et nos techniques et avons concentré nos efforts à accroître notre expertise interne. Nous avons décidé qu'il fallait donner à nos clients l'occasion de nous faire connaître les changements qu'ils jugent à propos. À la fin de l'année, nous avons présenté au comité du marketing le plan définitif pour 1982. Nous sommes confiants que son application par les offices provinciaux permettra à l'industrie canadienne des oeufs de fonctionner dans un climat de marketing beaucoup plus sain.



Donald Newcombe  
Nouvelle-Ecosse



Arnold Vriends  
Île-du-Prince Édouard



Scott Simmons  
Terre-Neuve



John Unger  
Manitoba



Stan Steen  
Ontario



Claude Bernard  
Québec



Don Hicks  
Nouveau-Brunswick



Doreen Thomas  
Directeur



Walter Dyck  
Colombie-Britannique



Floyd Van Slyke  
Alberta



Ted Wiens  
Saskatchewan



Harold Crossman  
Président



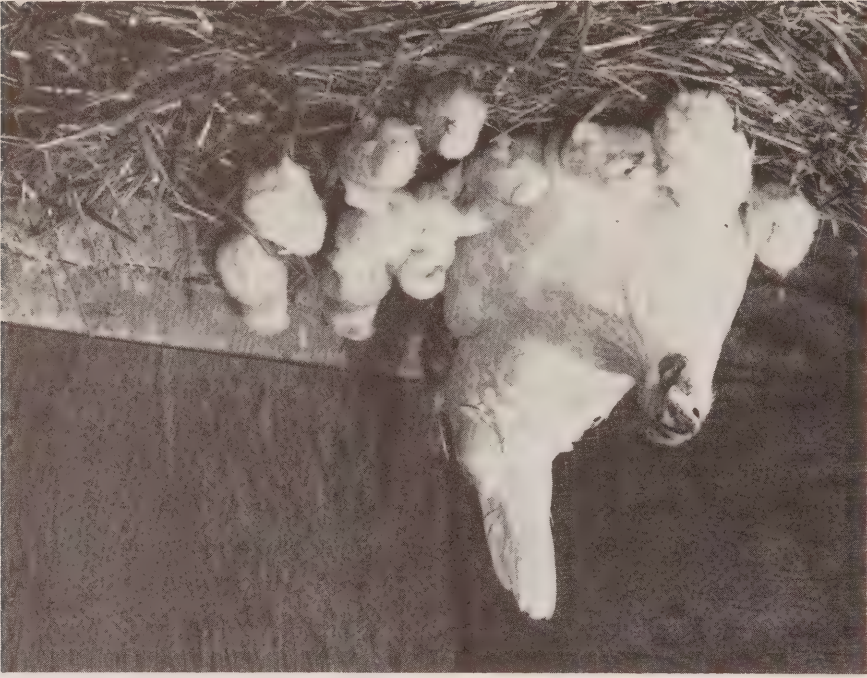
Pour la première fois depuis plusieurs années, l'OCCO comptait en 1981 un Conseil d'administration complet. Par suite de la nomination de Mme Doreen Thomas à titre de directeur-en-province par M. Whelan et de moi-même à titre de président, le Conseil comptait ses 12 membres. Je souhaite la bienvenue à Mme Thomas et la remercie de la clairvoyance dont elle a fait preuve au cours de l'année.

J'ai eu le bonheur de travailler avec un exécutif qui en de nombreuses occasions a manifesté l'énergie et l'intérêt requis pour administrer une organisation de l'envergne de l'OCCO. J'en remercie les membres qui ont donné leur temps et prêté leur concours.

Je veux enfin remercier tous ceux qui ne font pas partie de l'OCCO et qui ont accepté de siéger à nos comités, de même que tout notre personnel. Nos tâches sont complexes et sans cesse renouvelées. Leur soutien et l'énergie qu'ils ont déployés ont fait que ce fut un charme pour moi que d'occuper le fauteuil de la présidence.

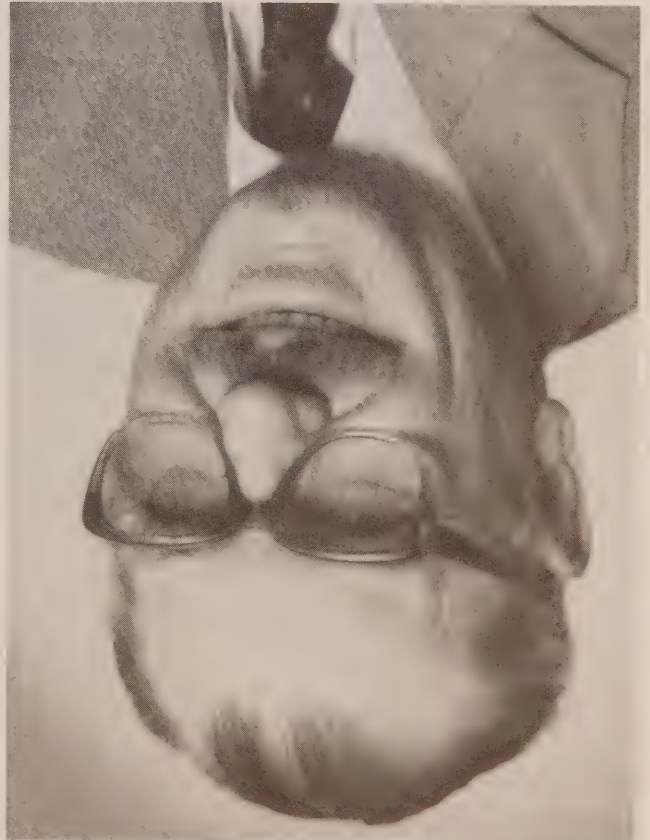
Les médias ont mis en doute, à plusieurs reprises, le concept et la base mêmes de la gestion des approvisionnement au cours de l'année 1981. Le Conseil économique du Canada et l'Institut Fraser ont publié des rapports très critiques du fonctionnement des offices de commercialisation et de gestion des approvisionnements du genre de l'OCCO. Même si certains prétendent que ces rapports étaient trop étroitement basés sur des prémisses souvent erronées et une mauvaise compréhension, je crois qu'il est toujours utile de prêter l'oreille à des critiques venant de l'extérieur. Dans le cadre d'un contrat social entre producteurs et consommateurs comme celui que nous avons passé dans l'industrie des oeufs, une vue de l'extérieur sur l'efficacité de ce contrat est certainement utile.

Notre plan national est lui aussi dynamique. Et il arrive que ce dynamisme crée des tensions. Nous en avons eu une preuve en 1981 avec la situation entre la FEDCO et l'OCCO. Il me fait plaisir de mentionner qu'à la suite de négociations à l'amiable, une nouvelle entente de services sera signée au début de 1982.





par Harold Crossman



Harold Crossman  
Président

L'année 1981 a été marquée de nombreux défis pour l'Office canadien de commercialisation des oeufs. Les bases mêmes de la gestion des approvisionnement, que nous connaissons dans l'agriculture canadienne, ont été remises en question. Ce fut une année dynamique, pleine d'événements, que nos réalisations décrivent mieux que les mots.

L'Office a continué de travailler dans les meilleurs intérêts des consommateurs et des producteurs. Les consommateurs étaient en mesure d'acheter en décembre des oeufs à un prix meilleur qu'en janvier. Les approvisionnements d'un produit de qualité ont été abondants tout au cours de l'année dans toutes les régions du pays.

Les producteurs ont eu recours à l'OCCO qui a vu à ce que leurs problèmes soient réglés et leurs intérêts sauvegardés. Ces démarches et les politiques de l'Office devaient indiquer à tous les observateurs que l'avenir de l'industrie canadienne des oeufs est prometteur.

L'Office canadien de commercialisation des oeufs a procédé, l'année dernière, à un changement d'importance dans le mécanisme utilisé pour établir le prix des oeufs à la ferme. Avec le consentement des Signataires de l'Accord fédéral-provincial, l'OCCO a révisé ce mécanisme de façon à permettre aux producteurs, dans les provinces où il y avait insuffisances, d'obtenir un prix qui couvrirait leurs coûts en plus d'un juste revenu. Au même moment, l'OCCO formait un comité des prix chargé d'étudier tout le mécanisme de l'établissement des prix. Ce comité travaille à mettre au point un nouveau système d'établissement des prix, amélioré, qui devrait mieux répondre aux besoins des producteurs et des consommateurs.

Le Conseil d'administration s'est de nouveau attaqué à la question litigieuse de l'attribution des contingents au-delà de la base. Des modifications au plan démographique du Canada ont amené certaines provinces à reconnaître que même si leur consommation d'oeufs augmentait, leur base de production demeurerait la même depuis 1972. Après de longues délibérations, le Conseil d'administration a adopté, sur un vote majoritaire, une politique qui sera appliquée quand le contingent national augmente au-delà des niveaux de base.

Les membres du Conseil ont également décidé en 1981 que le contingent soit réduit de 3%. Cette modification a permis de mieux équilibrer l'offre et la demande, au cours de l'année, équilibre que l'industrie a toujours du mal à prévoir.

L'année a aussi vu la mise à jour du coût de production. C'est le cabinet Touche Ross qui a procédé au sondage régulier de même qu'à une étude provinciale plus spécifique de mise à jour des coûts de production. Ces études permettront à l'Office d'évaluer de façon courante les coûts liés à la production d'oeufs au Canada.

L'année dernière, le Conseil national de commercialisation des produits agricoles a présenté à l'OCCO un ensemble de "directives" régissant le coût de production. Nous croyons, néanmoins, à l'OCCO, que notre formule est bonne. Ces directives du CNCPA continuent d'être un sujet qui retient l'attention du Conseil d'administration.



Président	Harold Crossman
Directeur-en-province	Doreen Thomas
Colombie-Britannique	Walter Dyck
Alberta	Floyd Van Slyke
Saskatchewan	Ted Wiens
Manitoba	John Unger
Ontario	Stan Steen
Québec	Claude Bernard
Nouveau-Brunswick	Donald Hicks
Nouvelle-Écosse	Donald Newcombe
Île-Prince-Édouard	Arnold Vriend
Terre-Neuve	Scott Simmons

<b>Administration</b>	Jean Brassard
Directeur général	
<b>Avocat-conseil</b>	
Herridge, Tolmie	

<b>Vérificateurs</b>	Touche Ross & Associés
<b>Comité exécutif</b>	Harold Crossman Doreen Thomas Floyd Van Slyke Stan Steen Don Newcombe

<b>Comité pour la vérification</b>	Stan Steen Don Newcombe Scott Simmons
<b>Comité pour le budget</b>	Ted Wiens Claude Bernard Arnold Vriend

<b>Représentant auprès de la C.I.O.</b>	Stan Steen
---	------------

<b>Comité pour l'établissement des prix</b>	Don Newcombe Doug Mitchell/John Unger Stan Steen Dave Kirk Fred Krahm/Ron Floritto Harold Crossman Bertrand Cloutier
---	--

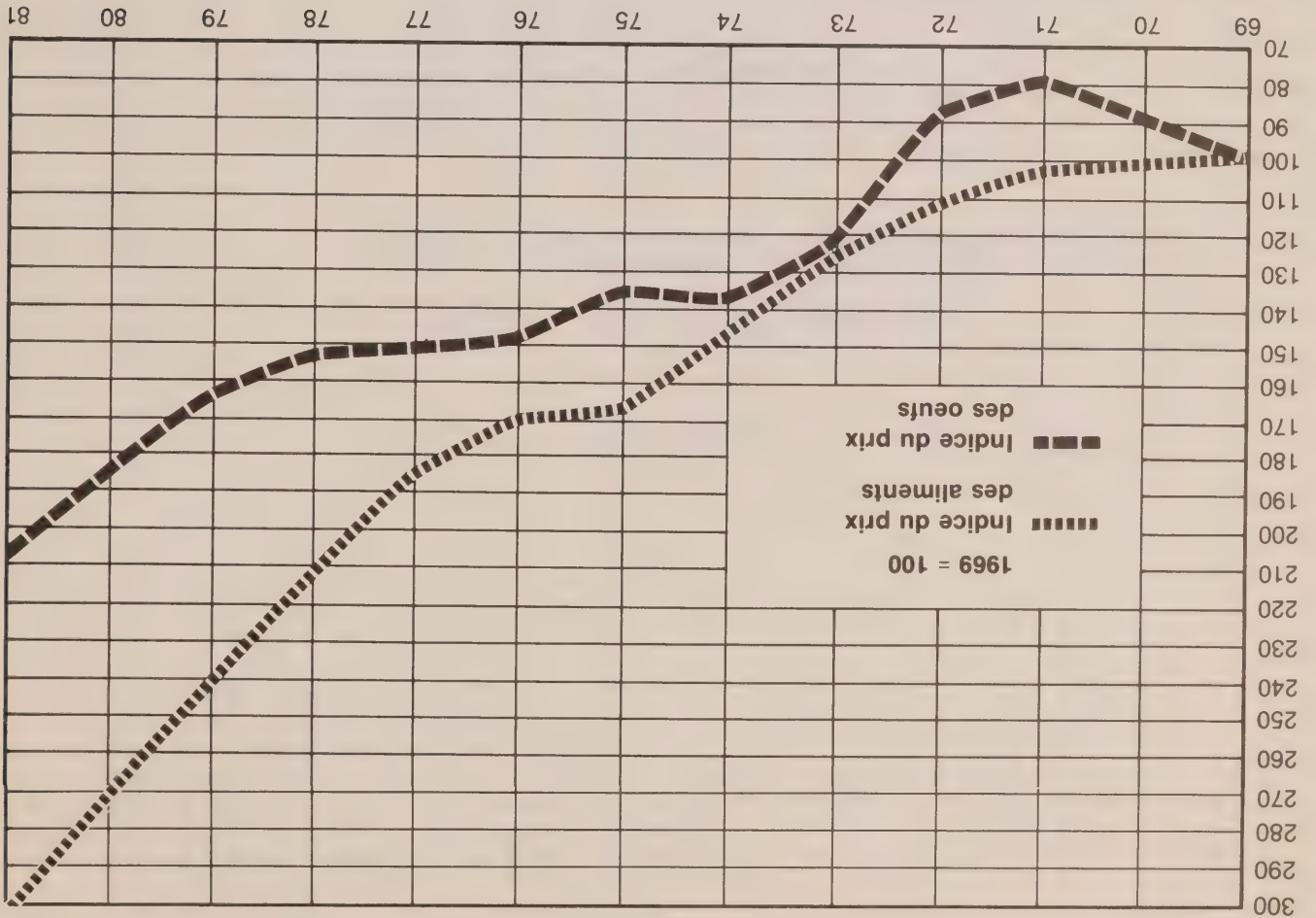
<b>Comité consultatif</b>	Craig Hunter Max Rubenstein Louis Gontovnik Curt Friend David Fairbairns Charlie McKague
<b>Remplaçant — Brian Dahms (CCTOV)</b>	

<b>Comité pour l'amélioration de la qualité des oeufs</b>	Joe Morrison Paul McLoughlin Don Hicks Harry Law Tom Graham
---	---

<b>Comité pour le marketing</b>	Roger Charon Arnold Vriend Walter Dyck Doreen Thomas
---------------------------------	---

<b>Comité pour le coût de production</b>	David Kirk John Petrie Eric Triska Fred Krahm John Unger Brian Ellsworth
--	---

Données pour le graphique de l'indice des prix  
Année de base 1969 (i.e. 1969 100)



SOURCE: section des prix — Statistique Canada

Année	Index des prix des aliments	% d'augmentation	Index des prix des oeufs	% d'augmentation
1969	100	—	100	—
1970	102,3	2,3	90,1	-9,9
1971	103,4	1,1	79,4	-11,8
1972	111,3	7,6	86,2	8,5
1973	127,5	14,6	124,2	44,1
1974	148,3	16,3	137,6	10,7
1975	167,4	12,9	136,6	-0,7
1976	171,9	2,7	149,2	9,2
1977	186,2	8,4	150,8	1,1
1978	215,1	15,5	153,1	1,5
1979	243,4	13,2	166,0	8,4
1980	269,4	10,7	183,4	10,4
1981	300,3	11,5	210,3	14,7

Neuvième rapport annuel  
de  
l'Office Canadien de  
Commercialisation des Oeufs

présenté  
au ministre de l'Agriculture  
l'honorable Eugene Whelan

au Conseil national de commercialisation des  
produits agricoles

et

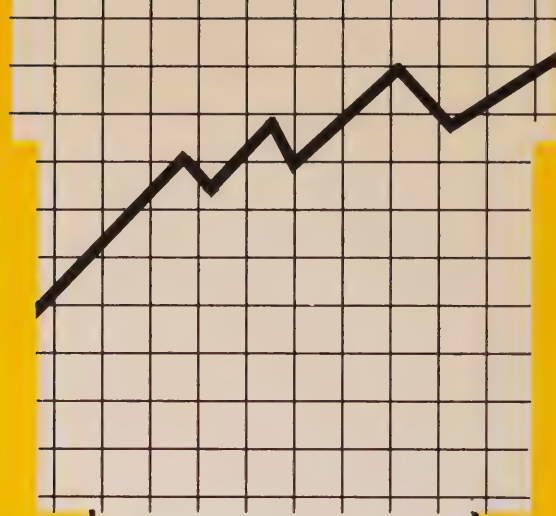
à la Neuvième conférence annuelle des producteurs

le mardi, 23 mars 1982  
Ottawa, Canada





L'OFFICE  
CANADIEN DE  
COMMERCIALISATION  
DES ŒUFS

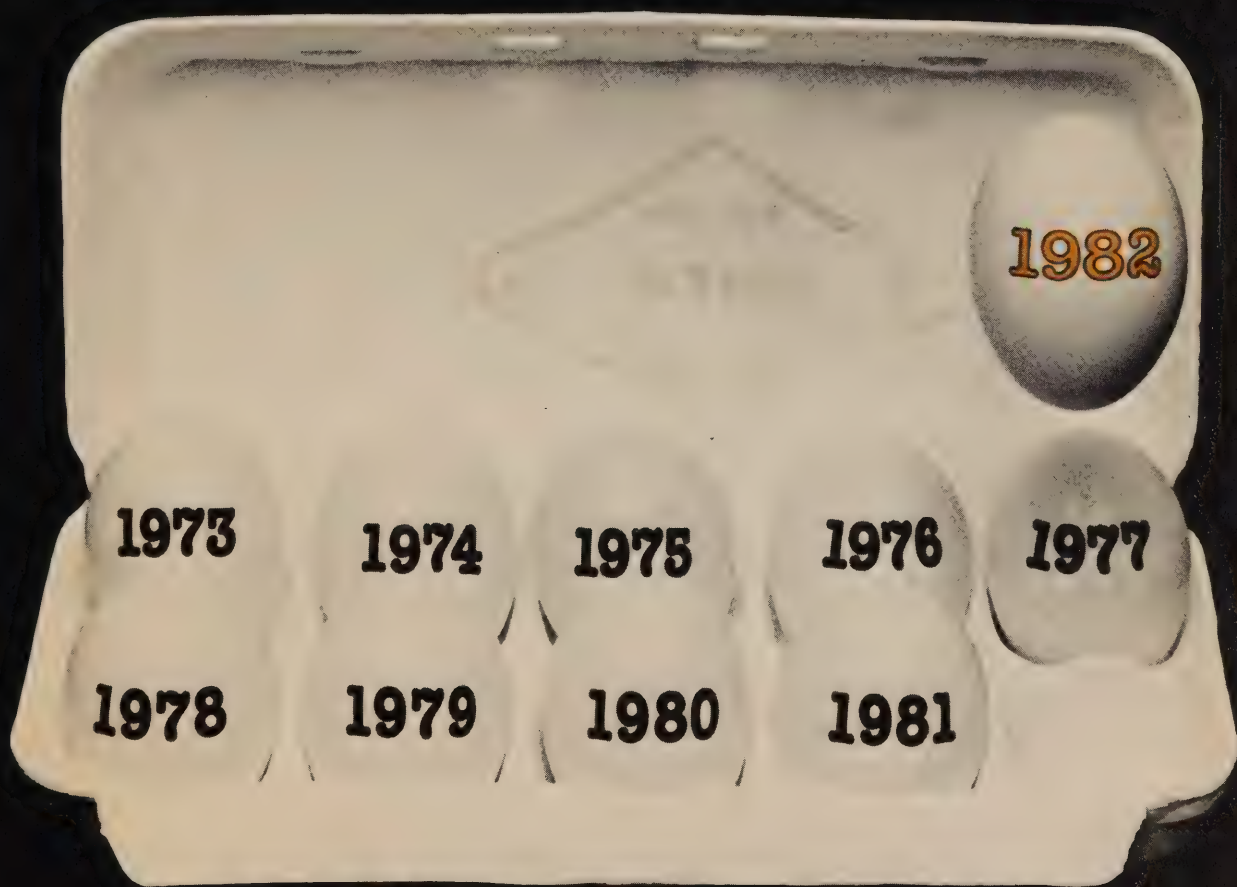


RAPPORT  
DE LA  
NEUVIÈME  
CONFÉRENCE  
DES  
PRODUCTEURS  
MARS 1982

CA1  
DB 5-5  
- R26

# Canadian Egg Marketing Agency

1982







*Board of Directors of the Canadian Egg Marketing Agency, 1982*

*(From left to right) Stan Steen (Ont.), Don Newcombe (N.S.), Harold Crossman (Chairman), Doreen Thomas (Director-at-large), Floyd Van Slyke (Alta.)*

*(Rear) Jean Brassard (General Manager), Don Hicks (N.B.), Ted Wiens (Sask.), Walter Dyck (B.C.), Scott Simmons (Nfld.), Ghislain Cloutier (Que.), John Unger (Man.), Lorne MacNeill (P.E.I.).*

---

# **Tenth Annual Report of the Canadian Egg Marketing Agency**

**for presentation to  
The Minister of Agriculture  
The Honourable Eugene Whelan**

**The National Farm Products  
Marketing Council**

**and the  
Tenth Annual  
Producers Conference**

**Tuesday, March 22, 1983  
Ottawa, Canada**

# Directors and Officers

---

## Executive Committee

Harold Crossman	— Chairman
Don Newcombe	— Vice-chairman, Nova Scotia
Floyd Van Slyke	— Second Vice-chairman, Alberta
Doreen Thomas	— Director-at-large
Stan Steen	— Ontario

## Members

Scott Simmons	— Newfoundland
Lorne MacNeill	— Prince Edward Island
Don Hicks	— New Brunswick
Ghislain Cloutier	— Quebec
John Unger	— Manitoba
Ted Wiens	— Saskatchewan
Walter Dyck	— British Columbia

## Corporate Statement

---

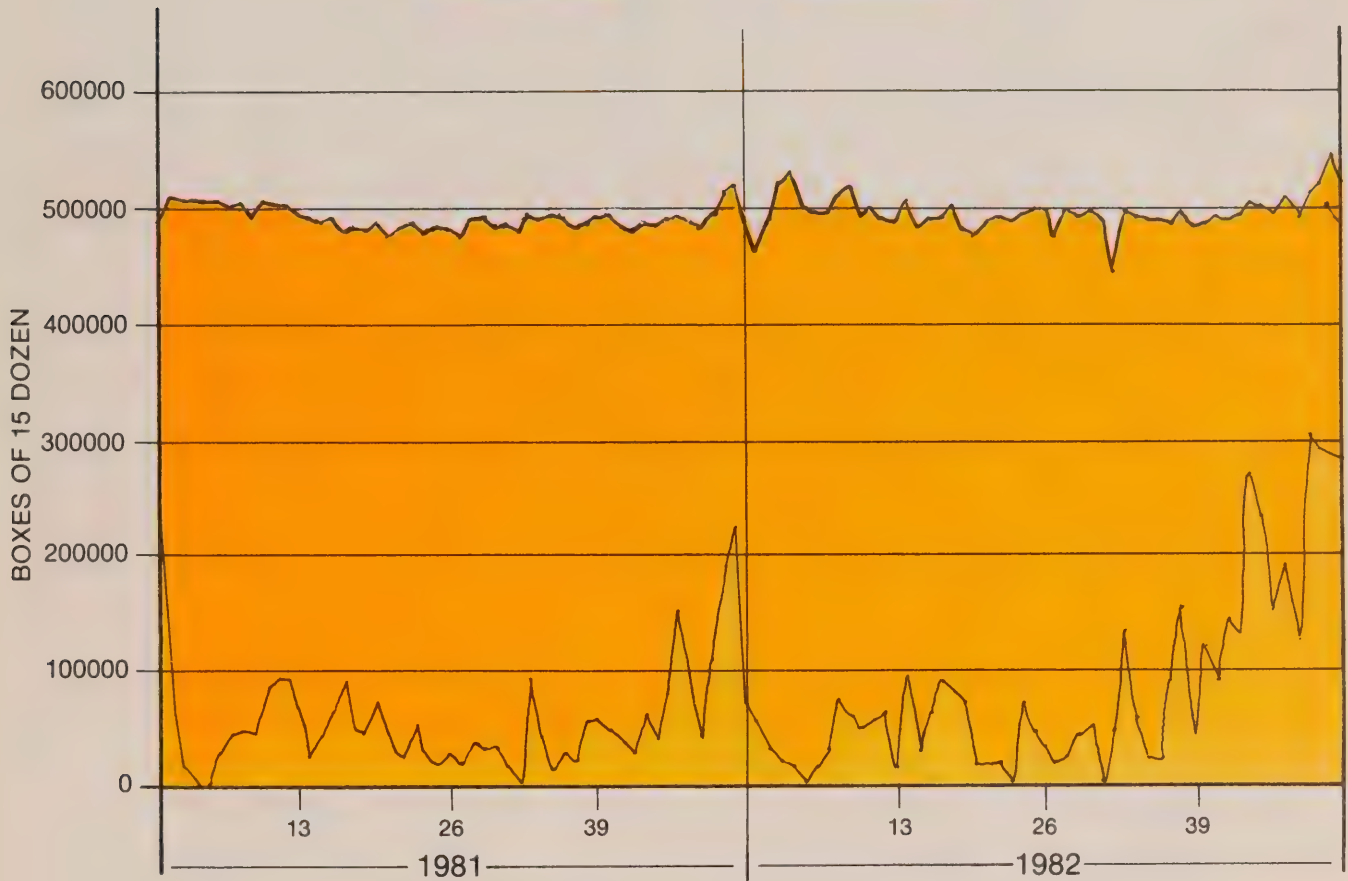
The Canadian Egg Marketing Agency is a statutory corporation based in Ottawa charged under federal legislation to regulate the supply of eggs in Canada, establish the price producers receive for their eggs, and remove surplus eggs from the marketplace. These powers are exercised in conjunction with provincial commodity boards. The agency was established by Proclamation of the Governor General in Council on December 12, 1972.



# Corporate Highlights

## SUPPLY — 1981, 1982

GRADE A GRADINGS  IMPORTS



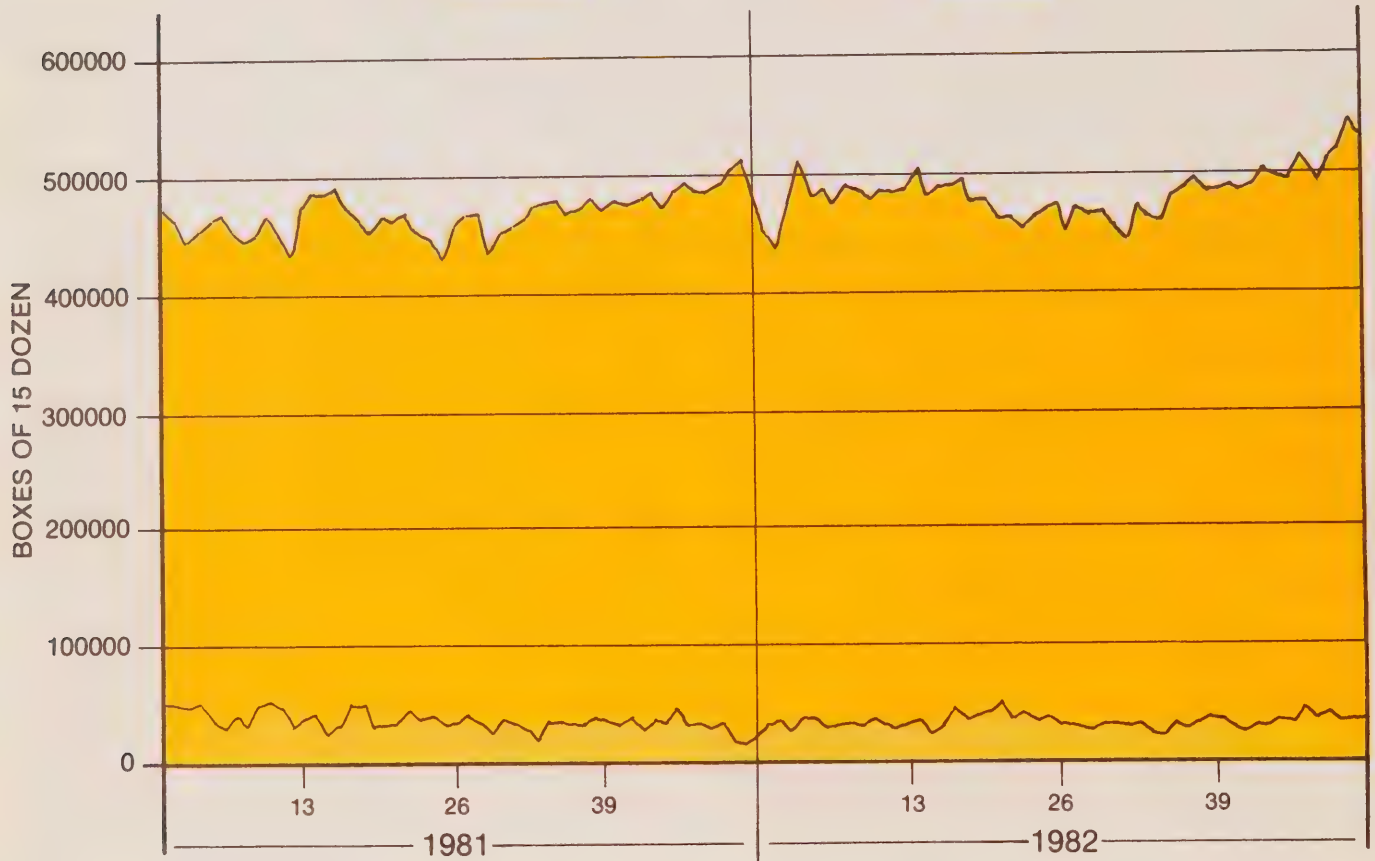
SUPPLY 1981	25,677,664
SUPPLY 1982	25,855,600
% CHANGE	+0.69%

SOURCE: CEMA

## DEMAND — 1981, 1982

PROCESSOR SURPLUS

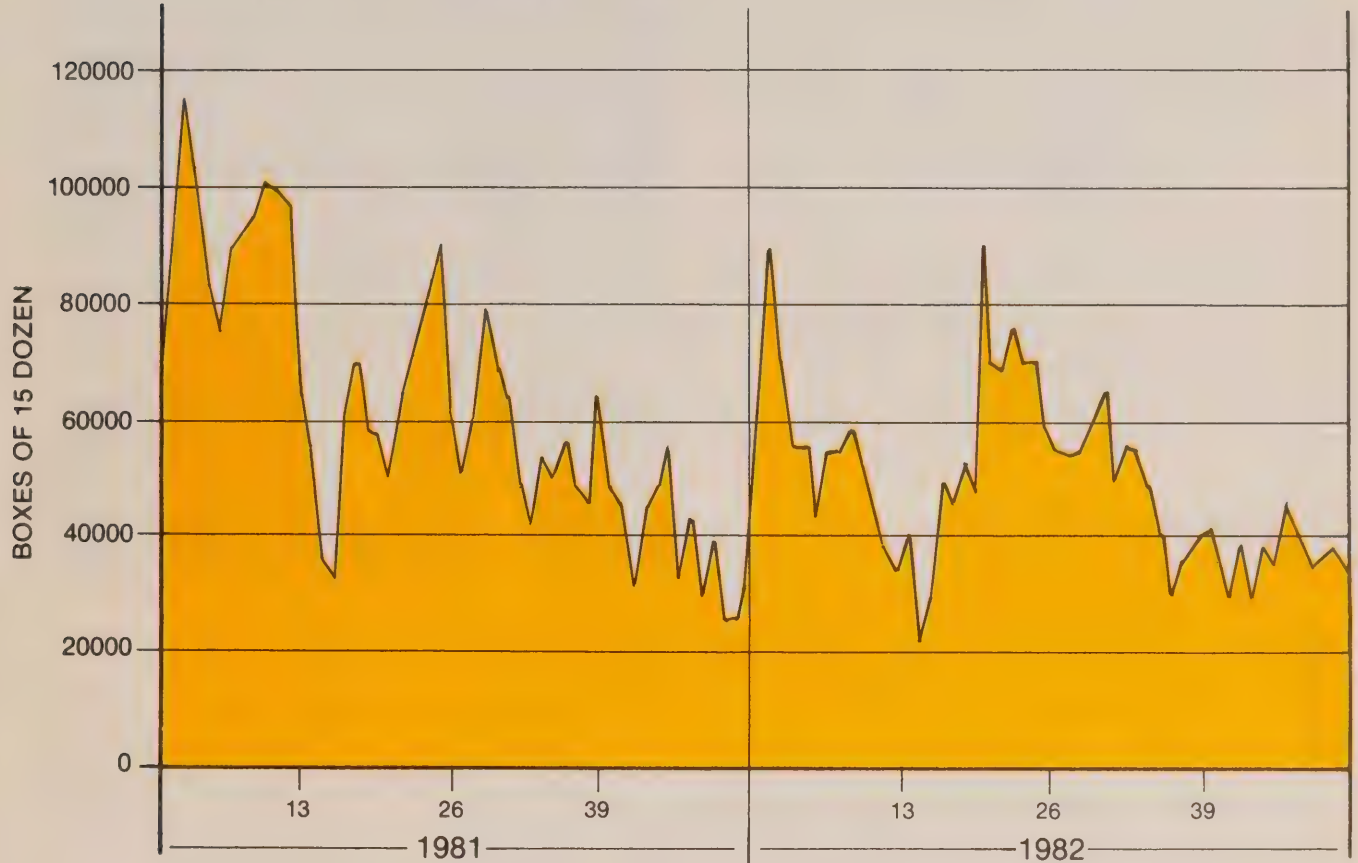
TABLE DISAPPEARANCE



DEMAND 1981 24,340,441  
DEMAND 1982 25,077,206  
% CHANGE + 3.03%

SOURCE: CEMA

## SURPLUS — 1981, 1982

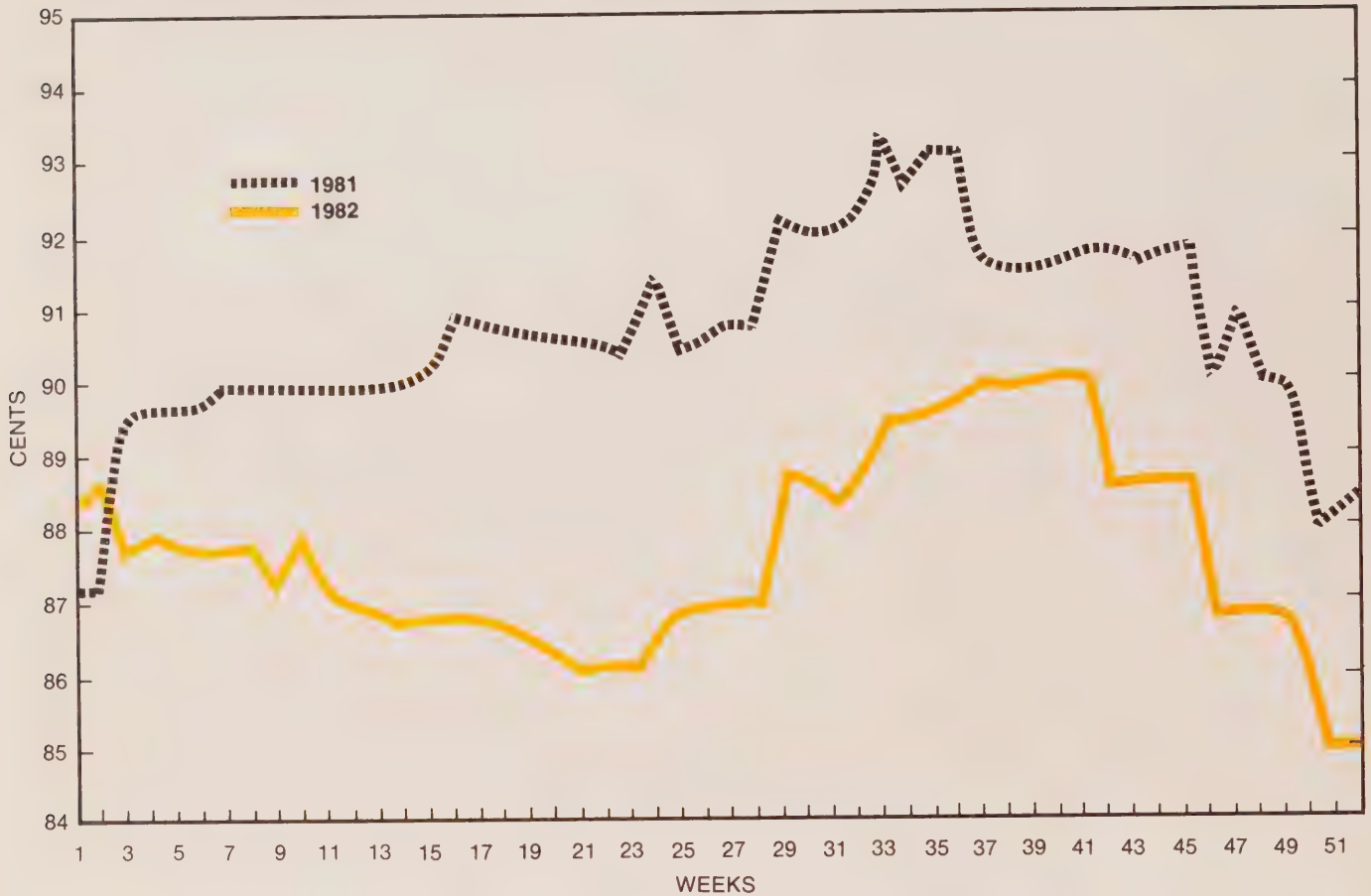


SURPLUS 1981 3,214,184  
SURPLUS 1982 2,543,290  
% CHANGE — 20.87

SOURCE: CEMA



## CANADIAN WEIGHTED AVERAGE PRODUCER PRICE 1982



### CEMA CORPORATE HIGHLIGHTS

	Administra- tion-Account	Domestic Account	Export Account
Assets	\$2,259,190	\$5,172,252	\$ 666,287
Liabilities	402,778	1,993,700	2,147,720
Balance of funds	1,856,412	3,178,552	(1,481,433)
Results of operations	496,691	74,085	3,752,078

# Letter of Transmittal

---

7



*Harold Crossman, Chairman*

Hon. Eugene Whelan, Minister of Agriculture  
Members of Parliament  
Producers and Consumers of Canada

It is with distinct pride that I present to you today, the Tenth Annual Report of the Canadian Egg Marketing Agency.

Ten years ago, we embarked upon a challenging new course — one that had never been taken before in the history of Canadian agriculture. While it is true that marketing boards had been with us for many years before CEMA came on the scene, they did not have the powers, or the responsibilities, that were handed to our agency. Therein lay the challenge.

In the 10 years since the Government of Canada passed legislation to enable the creation of the agency, the egg industry in this country has come off the critical list to become one of the healthiest sectors in agriculture today. In fact, although prices paid to producers for eggs were at a two-year low, not one producer filed for bankruptcy in 1982. CEMA is justifiably proud of this record. We have operated with restraint but not at any undue hardship to producers.

CEMA has also served the interests of Canadian consumers. Eggs are among the best value for the food dollar available and consumers turned to this inexpensive protein source in 1982 at a rate 3.72 per cent higher than the previous year. Almost 85 per cent of consumers who responded to an agency survey told us that eggs were either good or excellent value for the money.

Looking at results such as these, I can state with confidence that the Canadian Egg Marketing Agency has met the challenge presented to us 10 years ago. With the continued co-operation of the federal and provincial governments in Canada, we will meet the challenges of our second decade with as much vigour and determination as we have in our first 10 years.

Sincerely yours,

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Harold Crossman', with a long, sweeping horizontal line extending to the right.

Harold Crossman  
Chairman

Ottawa, March 22, 1983

# General Manager's Report

8

During 1982, domestic supplies of eggs rose marginally, demand rose dramatically, surplus fell almost 21 per cent, and producer prices by year-end were at a two-year low.

The Canadian Egg Marketing Agency performs three vital functions within the Canadian egg industry;

- establishes the producer price for grade A large eggs;
- adjusts national supply to meet expected demand;
- and removes and disposes of eggs surplus to domestic table and processor demand.

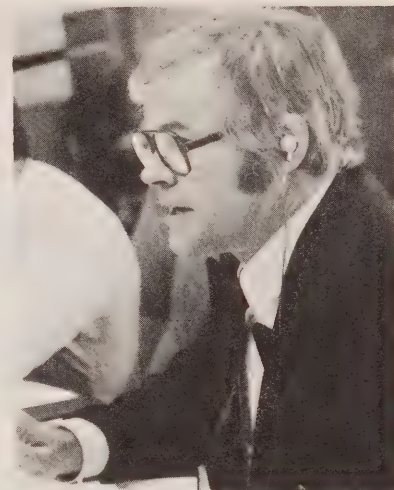
These three activities are the agency's primary missions.

The mandate to establish producer price preoccupied the agency during 1982. The 1981 Cost of Production Update was instituted in March. The government body which monitors our activities, called a public inquiry over the summer, into the agency's method of calculating producer price. CEMA in late summer approved a motion supporting the federal government's restraint program. The entire year was spent in attempting to reconcile the needs of various regions of the country for a system of equitable pricing which would allow eggs to flow naturally from regions of surplus to regions of need. And finally, the autumn months were spent in analyzing the results of the cost of production inquiry.

While the agency was preoccupied with producer prices, the farm-gate price declined through the first half of the year, rose in the third quarter and fell further in the last quarter. The weighted average producer price was lower in December 1982, than in January.

The supply/demand situation improved markedly in 1982. National supply, composed of domestic gradings and imports rose 0.69 per cent by year-end. Imports were 1.79 per cent of total national supply, more than the 0.6 per cent stipulated by GATT. Domestic supplies remained adequate for all sizes in all parts of the country during 1982. Supply adjustments, beyond those initiated in 1981, were not required.

Demand showed strong improvement throughout the year with major gains in the first quarter. By the end of 1982, with processor consumption down 5.68 per cent, total disappearance stood a dramatic 3.72 per



*Jean Brassard, General Manager*

cent above 1981. This was at least the sixth consecutive year that national consumption has risen. Canadians continue to turn to one of the least expensive, complete protein sources during periods of economic difficulty.

Steady supplies and increased demand, generated less surplus than in 1981. Surplus — an obligation in a market characterized by strong seasonality of demand, and flat production — was down 20.87 per cent from 1981.

Exported surplus eggs, moved into troubled markets in 1982. During the year we witnessed tightening world markets, restrictive trade practices, heavy world supplies, and dropping world prices. For these reasons, exports by the Canadian Egg Marketing Agency encountered tough markets.

Producers bear the total costs of exports under the national supply management system applied by the agency. While the change to the two account system in 1982, makes comparisons with previous years difficult, clearly the reduction in the levels of surplus to be exported, lightened the financial burden of Canadian producers.

1982 was a year of continual improvement within the agency's mandates. While producer prices declined, they followed producer costs. Another federal egg probe found again that the price CEMA establishes is



fair and reasonable for consumers and producers. Strengthening demand and steady supplies generated significantly less surplus.

The agency faces many new and continuing challenges in 1983. Without the untiring support of a dedicated Board of Directors and staff, tomorrow's challenges could easily become insuperable. Thank you for your support.

Jean Brassard,  
General Manager  
Ottawa, March 22, 1983



# Producer Price

## The Mandate

Under its mandate, the Canadian Egg Marketing Agency must guarantee egg producers a price which covers the on-farm cost of producing eggs and a reasonable profit. The agency is also directed to ensure consumers a steady supply of good quality product at a reasonable price.

To establish the producer price for grade A large eggs, the agency employs a relatively simple cost of production formula which measures, using biannual field updates and monthly or quarterly surrogates, the cash costs in each province — feed, pullets, and labour — and national capital costs — depreciation and overhead. To this result is added a producer return, levies, conversion to grade A large, and freight and handling, to establish the price producers receive for their large eggs in each province. This price is established at the beginning of each month.

Prices for other sizes in grade A are recommended by CEMA to the provincial commodity boards. The agency's recommendation is formulated using surplus levels, production by size, and anticipated table sales. These producer prices may change more frequently than the large price.

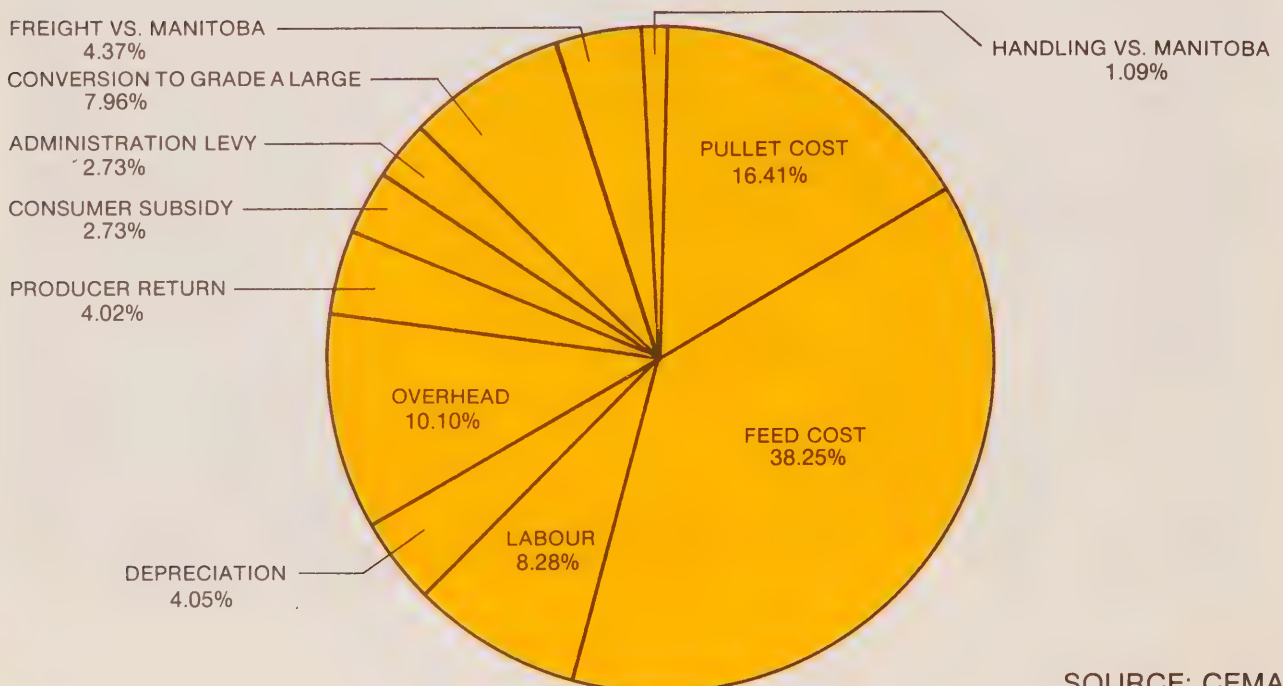
The producer price for grades other than A are established by provincial commodity boards.

## Restraint

The spectre of inflation has ravaged the world economy. Canada has not been spared, nor has the majority of agricultural producers. The most visible evidence of this was the dramatic increase in farm foreclosures in every part of the country in 1982.

*Foreclosures or bankruptcies did not occur in our industry in 1982. While producers were able to*

## RELATIVE IMPACT OF INPUTS ON PRODUCER PRICE (FOR ONTARIO PRODUCER PRICE AS OF DECEMBER 1982)



SOURCE: CEMA

*maintain financial solvency throughout 1982, the Farm Credit Corporation reported that on January 1, 1983, 24.3 per cent of their active egg farm accounts were in arrears. (FCC analysis of arrears of \$50 or more by principal enterprise for loans approved from 01/04/75 to 31/03/82)*

This figure while markedly better than the arrears percentages for many other types of agricultural enterprises — sheep (55.2 per cent), beef (37.1 per cent), hogs (37.2 per cent), crops (31.1 per cent) — remains above the average for the poultry sector (23.4 per cent).

To halt the debilitating effects of inflation the federal government, working with all provincial governments, instituted restraint programs during 1982.

CEMA's Board of Directors agreed to support the federal government's '6 and 5' restraint program in a formal motion passed in September, 1982, but the agency has always practised restraint as a matter of course. At year's end, the producer price of eggs was at a two-year low. A comparison of the price performance of eggs in the past 10 years with the Consumer Price Index shows that eggs have outperformed most index components.

The major finding of the 1982 federal inquiry into CEMA's cost of production formula simply reiterates the agency's concern regarding price. In its report to the National Farm Products Marketing Council, the five-member tribunal stated that egg prices were "reasonable" for both the producer and the consumer. In today's tough economic climate, eggs continue to represent one of the most reasonably-priced, complete protein sources available to the Canadian consumer.

## Performance '82

Egg prices declined marginally through the early months of 1982, held steady in the spring before a brief upswing during the summer months. Prices then continued their decline, dropping dramatically in the final quarter. Prices fell six cents in every province between September and December.

Lower feed costs were the impetus for the decline beginning in January. Prices remained the same in February but lower producer returns due to the drop in interest rates, helped resume the downward trend in March, despite slightly higher pullet and labour costs.

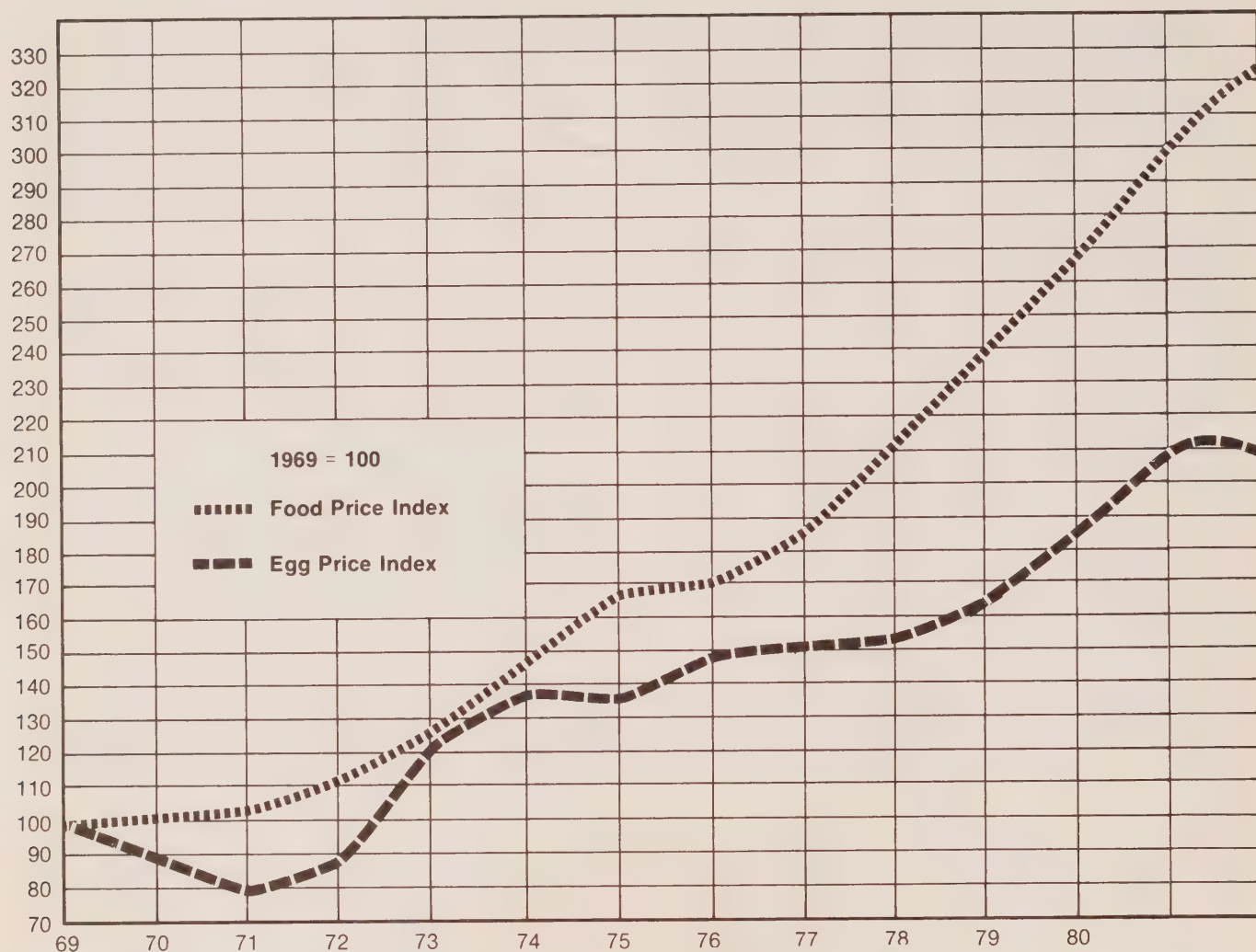
Feed costs rose in the early summer months, as did pullet costs, to halt falling egg prices and actually increase the price moderately. Although feed prices began to drop once again in September, an increase for labour and conversion to grade A large prevented egg prices from following suit.

As feed prices fell even further in the autumn, the result of record grain crops, coupled with another decrease in interest rates, egg prices began their downward slide. This was slowed only somewhat by an increase in labour costs.

The final price of eggs for December, fiscal year-end 1982, was the lowest price in the past two years.

This price performance of eggs was properly appreciated by the inquiry tribunal in its report to the NFPMC. Although some recommendations were made to adjust the cost of production formula used by CEMA to set prices, the tribunal's ruling on the fairness of egg prices is clear indication of the pricing system's merit.





**PRICE INDEX DATA**  
**1969 BASE YEAR (i.e. 1969 = 100)**

	Food Price Index	Percentage Increase	Egg Price Index	Percentage Increase
1969	100	—	100	—
1970	102.3	2.3	90.1	-9.9
1971	103.4	1.1	79.4	-11.8
1972	111.3	7.6	86.2	8.5
1973	127.5	14.6	124.2	44.1
1974	148.3	16.3	137.6	10.7
1975	167.4	12.9	136.6	-0.7
1976	171.9	2.7	149.2	9.2
1977	186.2	8.4	150.8	1.1
1978	215.1	15.5	153.1	1.5
1979	243.4	13.2	166.0	8.4
1980	269.4	10.7	183.4	10.4
1981	300.3	11.5	210.3	14.7
1982	322.0	7.2	207.5	-1.3

SOURCE: Price Section — Statistics Canada

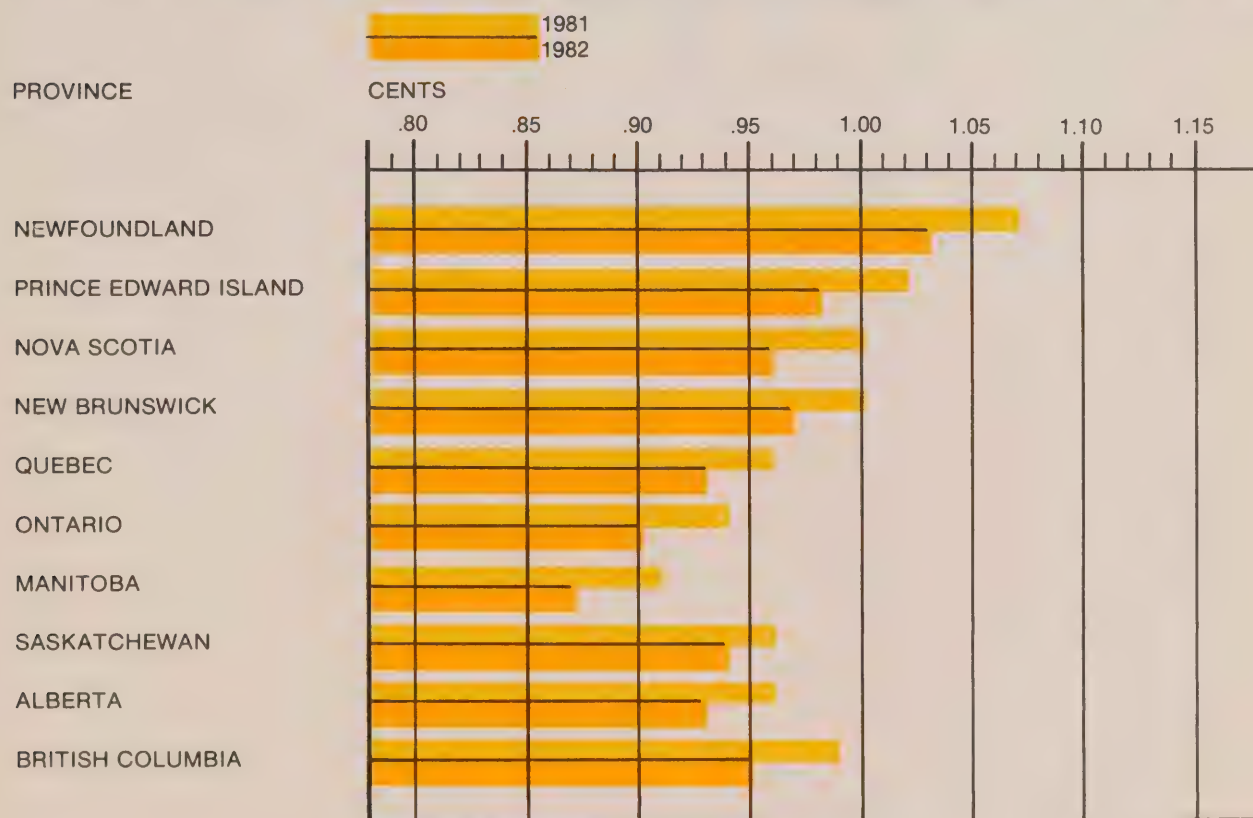
It must be remembered that CEMA sets the producer, or farm-gate price of eggs, and this price is not necessarily reflected in retail prices. Retail prices are subject to local market variables, such as price wars among supermarkets so the upward or downward trend of the price paid by consumers does not always follow the movement of producer prices.

Consumers generally find the price they pay for eggs as acceptable. In fact, according to a survey

conducted for CEMA, 85 per cent of consumers stated that eggs represent either good or excellent value for their food dollar.

The impressive performance of egg prices against other commodities in the past year, justifies the agency's optimism for 1983. Restraint will continue to be the watch word as the egg industry plays its role in Canada's economic recovery.

## PRICE CHANGES FROM DEC. '81 TO DEC. '82 BY PROVINCE



SOURCE: CEMA

# Supply and Demand

During 1982, the egg industry witnessed a marginal increase in domestic production (despite quota cuts at the end of 1981), increased imports, an increase in table disappearance, and softening of breaker industry demand.

## The Mandate

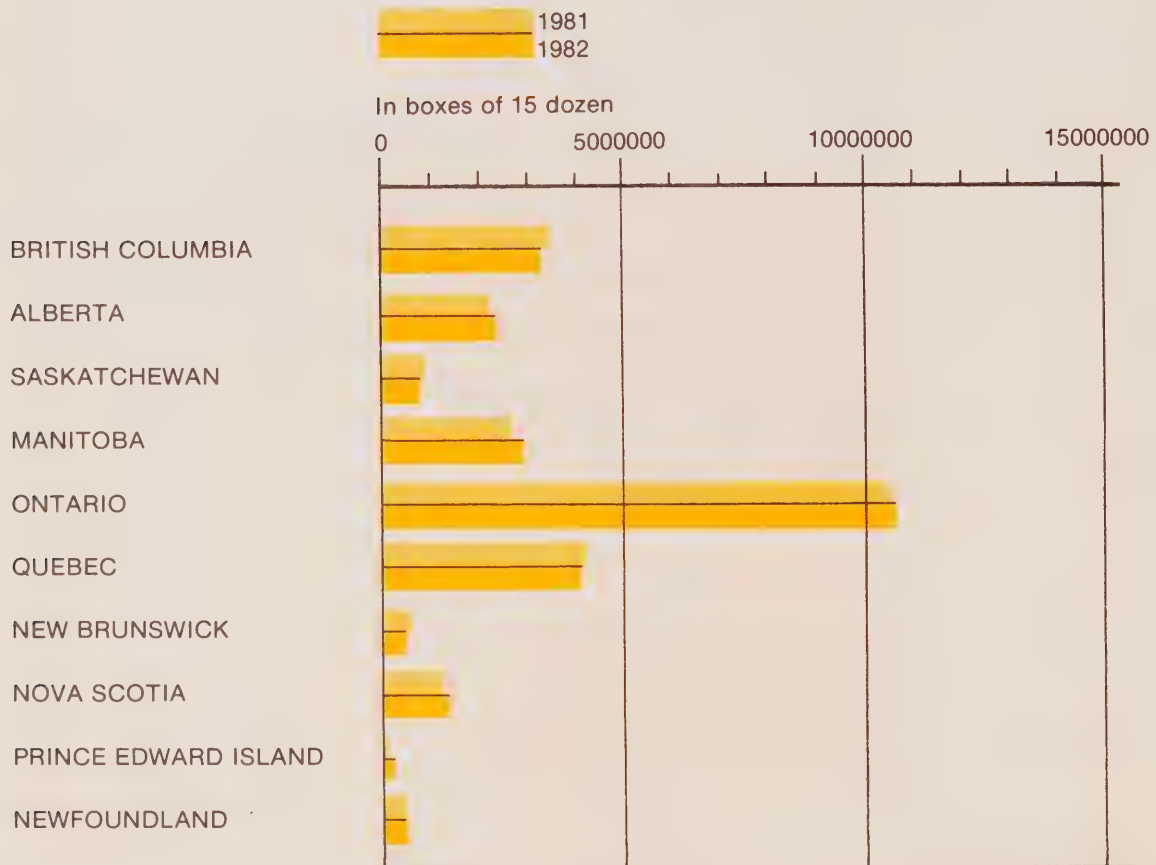
The agency's second mandate is to ensure as close as possible a matching of supply and demand in the marketplace. CEMA adjusts national production quota levels to ensure that an adequate supply of eggs is available for the table market (ie. retail consumption) and Canadian processors.

Under terms of the General Agreement on Tariffs and Trade, 0.6 per cent of the previous year's national production can be imported into Canada under global import permits administered by the federal government. In addition, the government may issue supplemental import permits during the year to compensate for seasonal shortfalls in national supply.

## Supply

Despite national quota reduction in recent years, producers in 1982, by improved quota utilization, reduced down time, and more use of multi-flocks produced slightly more eggs than in 1981.

## PROVINCIAL GRADINGS



SOURCE: CEMA



Last year, 25,397,222 boxes of 15 dozen were produced compared to the 1981 total of 25,376,036 boxes, a variance of just 0.08 per cent.

Chick placements were up only slightly in 1982 over 1981. Placements in the Atlantic provinces were virtually the same in the two years. Placements were up moderately in Quebec, Ontario and Alberta but down in Manitoba, Saskatchewan and British Columbia.

During 1982, the agency monitored supplies. In the summer and fall, agency directors entertained a motion to increase national quota. By year-end, forecasts indicated that a quota change was not required. Therefore during the year, no quota changes were approved by the agency.

Canada permits imports of shell eggs in accordance with world trade agreements. These imports in supply managed commodities, act as a safety valve for the consumer. Where supplies are short, imports can be used to ensure that Canadians do not suffer.

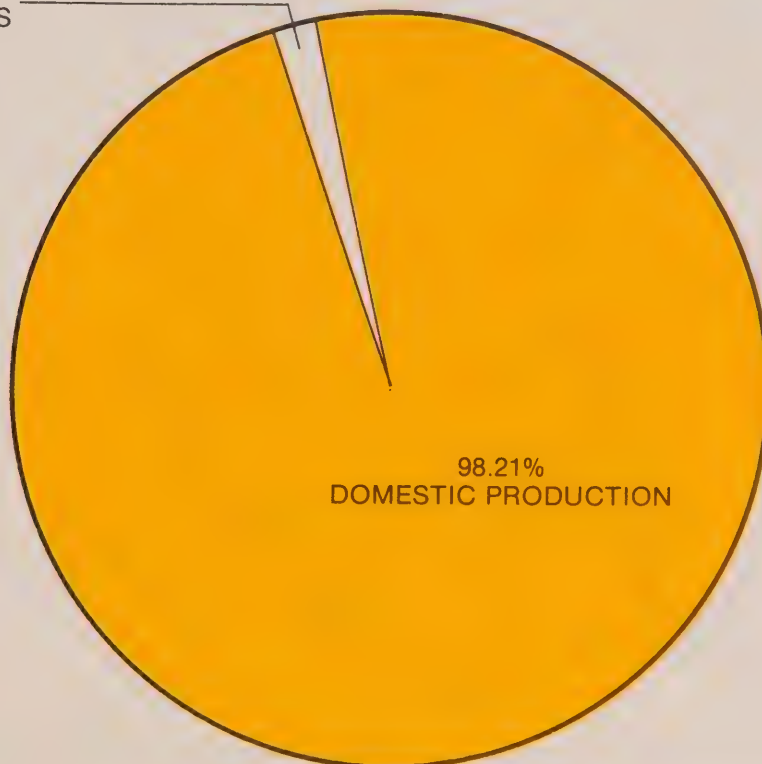
Imports increased 51.97 per cent in 1982 over 1981. Imports totalled 462,003 boxes of 15 dozen in 1982 compared to 310,315 boxes in 1981. Global imports were actually down 28.9 per cent last year. There were 178,964 boxes imported in 1982 compared to 251,815 in 1981. However, imports allowed under supplemental import permits rose dramatically, from 58,500 in 1981 to 282,039 in 1982.

Though Canada must allow some imports, there is a need to better control import schedules. CEMA

## SOURCES OF SUPPLY

IN BOXES OF 15 DOZEN

1.79%  
IMPORTS



98.21%  
DOMESTIC PRODUCTION

SOURCE: CEMA

initiated talks with the federal government in 1982 to co-ordinate future import schedules with national surplus. Changes in this scheduling may be implemented in 1983.

## Demand

A bright spot in the egg industry in 1982 was the dynamic expansion in table disappearance. At year end consumption stood 3.72 per cent above 1981.

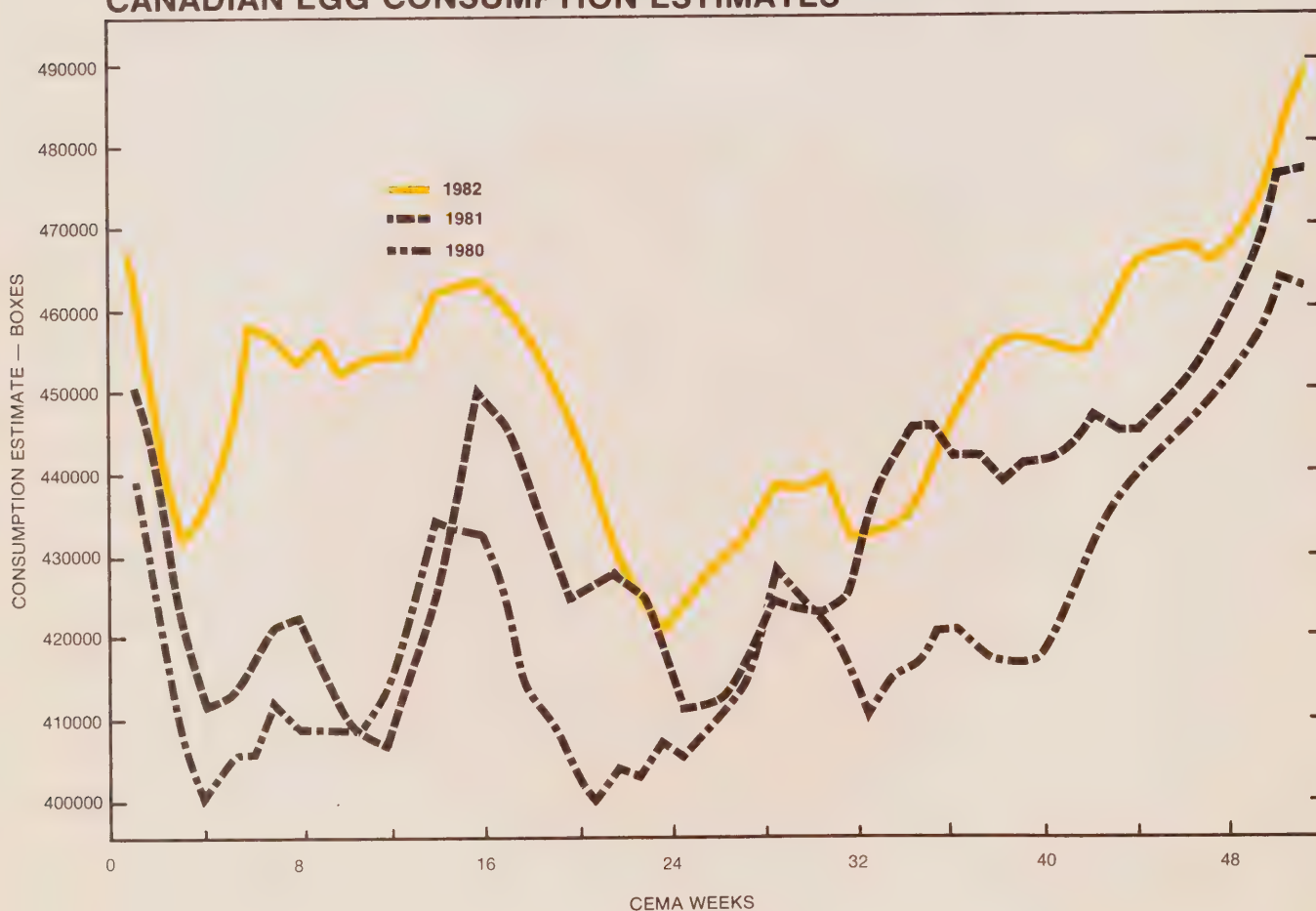
While consumption in each quarter of 1982 was over that of 1981, strongest growth occurred during the first half of the year. At week 13, table disappearance was up 4.62 per cent, over the same point in 1981 (52-Week Moving Average). By the end of the first half this trend had slackened slightly with disappearance at 4.39 per cent over the same period in 1981. The

third quarter showed a further weakening in this trend. Disappearance stood in week 39 at 3.72 per cent above 1981 third-quarter results. This growth remained steady through the fourth quarter, with a total of 23,356,000 boxes or 350,340,000 dozen, consumed by Canadians by year-end.

During 1982, the agency initiated studies to refine its demand forecasting. By December a new time-series model was being used to forecast demand.

The goal of these demand studies was to improve forecasting and investigate consumption trends and causal relationships. Research indicated that during the past four years, table consumption of shell eggs in Canada has shown a gradual increase.

## CANADIAN EGG CONSUMPTION ESTIMATES



In attempting to establish the cause of these changes, the researchers found that the most profound causal relationship was between the season of the year and table consumption. They found also that population growth is a clear contributor to disappearance trends. These studies have not indicated a direct causal relationship between other factors, for example beef prices and egg consumption. These demand studies will be completed in 1983.

Processor demand for Canadian eggs was down 5.68 per cent from 1981 levels. Processors purchased 1,688,989 boxes from the agency in 1982 for domestic consumption.

This decline was evident in trends in the production of processed eggs during 1982. The total break was down 7.9 per cent to 21.36 million kilos. Processing of whole eggs was down 6.2 per cent, yolk 7.2 per cent, and albumen 11.8 per cent. (Source: CPEPC)

## AVERAGE NUMBER OF EGGS CONSUMED PER WEEK PER HOUSEHOLD

BY PROVINCE AS OF JUNE '82



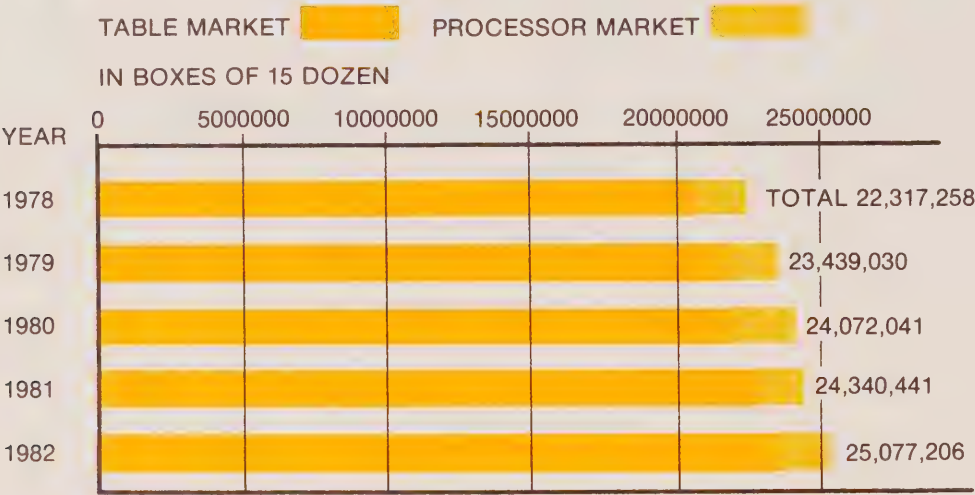
SOURCE: CEMA TRACKING STUDY



In 1982, the agency signed a new contract with Canada's egg processing industry which altered the method used to establish the price processors would pay for eggs. Under this contract, Canadian processing stock was priced using the current figures

for comparable stock in the American midwest, landed in Toronto, and converted into Canadian dollars. Throughout 1982, this change generated lower prices for Canadian processing stock than in the previous year.

DEMAND OVER LAST FIVE YEARS (1978-82)



SOURCE: CEMA

# Surplus Management

Increased consumption coupled with a steady supply in 1982 resulted in an improvement in the surplus situation over 1981. Declared national surplus in 1982 was 2,543,290 boxes or 10 per cent of total gradings. This was down from 1981 levels of 3.2 million (13 per cent).

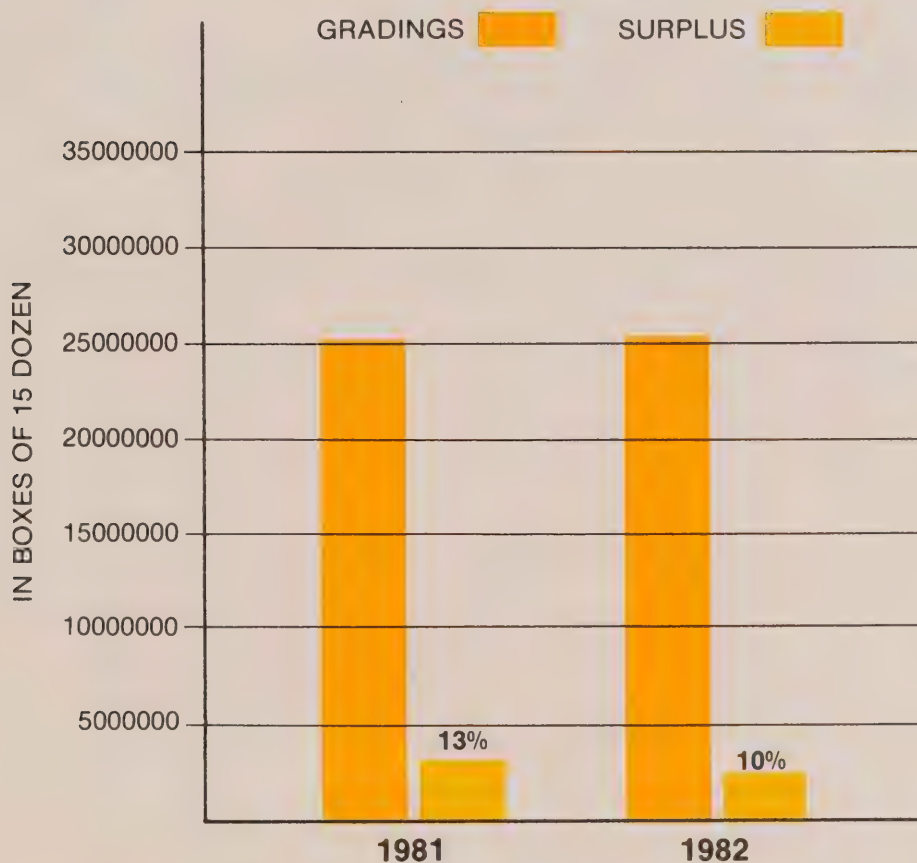
## Mandate

The agency's third mandate is to remove eggs surplus to table and processing demand from the market. Surplus is generated at varying levels through the year because of the relative uniformity of production and the marked seasonality of demand.

Surplus eggs are removed weekly by the agency. Eggs, like other essential commodities, exhibit an inelasticity of demand. (Lowering the price will not over time generate significant increases in consumption.)

The surplus eggs are directed to three areas. They are moved to provinces in the country where supplies of a particular size are short. They are moved to processors for domestic consumption. And finally in periods of low demand, they are sold to export markets.

## SURPLUS AS A PERCENTAGE OF TOTAL GRADINGS — 1981 VS. 1982



SOURCE: CEMA

## Surplus Levels

Surplus levels dropped 20.8 per cent last year from the previous year. The surplus for 1982 totalled 2,543,290 boxes of 15 dozens, representing 10 per cent of all gradings (25,397,222 boxes). In 1981, there was a surplus of 3,214,184 boxes, 13 per cent of all gradings (25,376,036 boxes).

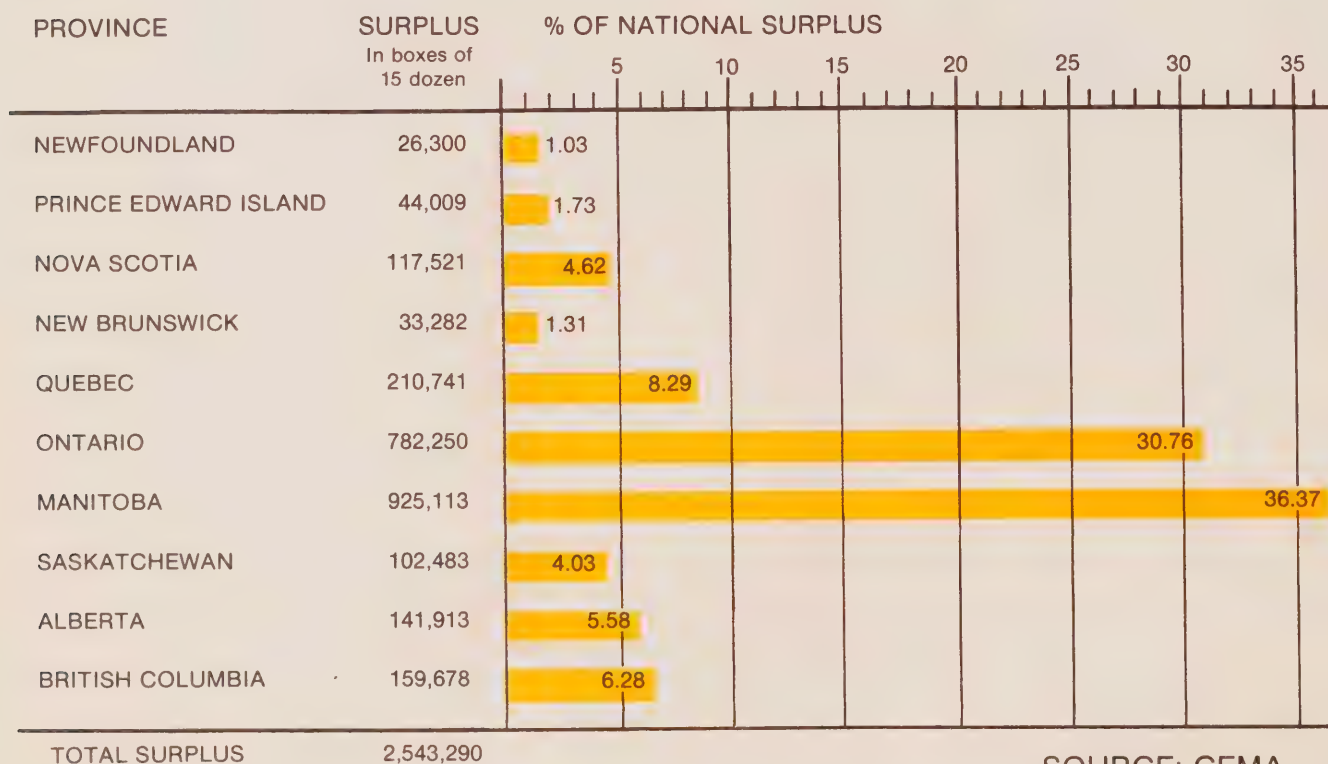
Surpluses declined in all provinces except Newfoundland, which was up from six per cent of gradings in 1981 to seven per cent in 1982. The most dramatic change in surplus to gradings was recorded by Saskatchewan. The 1982 figure fell to 13 per cent from 1981's 22 per cent. Manitoba produced the highest levels of surplus with 925,113 boxes, representing 34 per cent of the province's gradings last year (2,687,582 boxes). However, Manitoba surplus to gradings was down from the 41 per cent

recorded in 1981. In Ontario, gradings were up in 1982 to 10,583,559 boxes compared to 10,450,316 in the previous year, but surplus to gradings dropped from 10 per cent (1,021,657 boxes) in 1981 to seven per cent (782,250) in 1982.

Surplus declined over 1981 for each grade. In 1982, 4,891,790 boxes of X-large were graded. X-large surplus was 640,060 boxes, or 13 per cent of gradings. The previous year, 4,601,585 boxes of X-large were graded with a surplus of 648,595 boxes, or 14 per cent.

Large eggs accounted for almost half of all gradings in 1982 with 12,344,085 boxes. There was a surplus of 585,767, or five per cent. In 1981, 12,396,880 boxes of large eggs were graded, with a surplus of 1,095,834 boxes, or nine per cent.

## PROVINCIAL SURPLUSES AS PERCENTAGES OF NATIONAL TOTAL



SOURCE: CEMA



The surplus to gradings for medium eggs was 14 per cent in both 1982 and 1981 but the number of surplus boxes fell from 958,036 in 1981 to 913,624 boxes in 1982, as gradings of medium eggs declined from 6,904,934 boxes to 6,734,544.

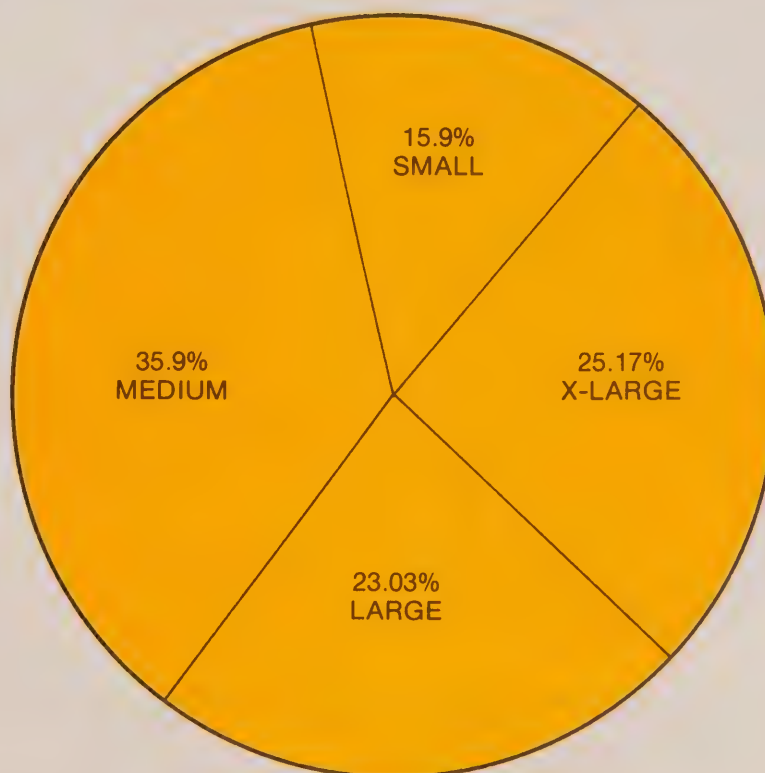
The biggest decrease in surplus to gradings was in small eggs, which fell from 35 per cent in 1981 to 28 per cent. Last year, there were gradings of 1,426,803 boxes of small eggs and a surplus of 403,839. In 1981, there were gradings of 1,472,637 and a surplus of 511,719.

Surplus levels continued to be dictated by traditional changes in consumption. Surplus was highest early in the year, from weeks one to 10 before declining in the early spring and remaining low through the season, weeks 11 to 18. Surplus increased in the summer months, weeks 19 to 35, before falling off again in the fall and remaining down until year-end.

### Surplus Removal

Surplus removal for domestic table or processing consumption dropped 5.97 per cent, from 1,876,961

## 1982 SURPLUS BY GRADE



100% = 2,543,290

SOURCE: CEMA

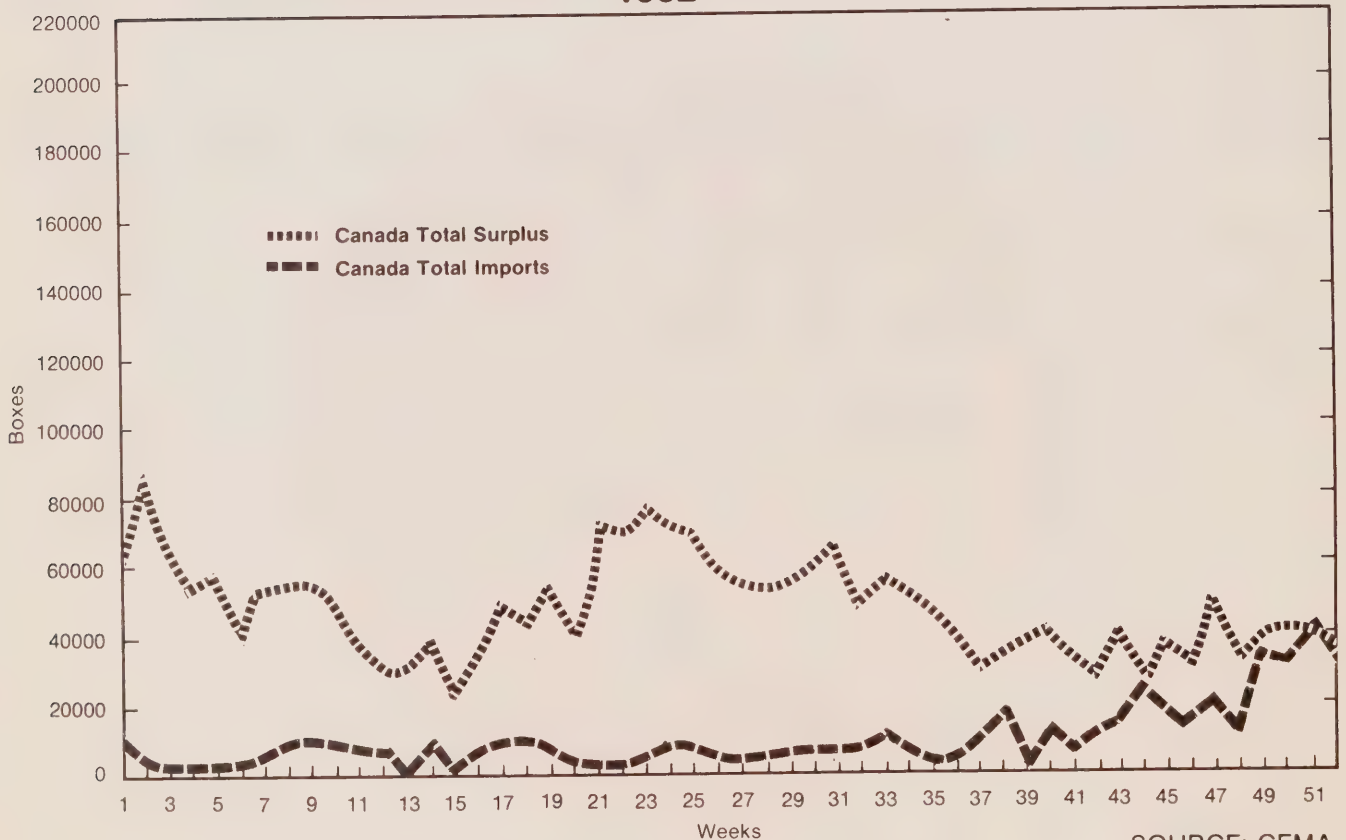
boxes in 1981 to 1,764,896 last year. Clearance to the domestic table market was down 12.09 per cent, from 86,349 boxes in 1981 to 75,907 in 1982. The domestic processing market moved from 1,790,612 boxes in 1981 to 1,688,999, a difference of 5.68 per cent.

Removal of surplus product to export markets declined 41.79 per cent from 1981 to 1982. Last year, 778,394 boxes were cleared to foreign buyers compared to 1,337,223 in 1981. Foreign table markets

accounted for 132,172 boxes in 1982, a decline of 69.23 per cent from 435,150 the previous year. In 1982, 646,222 boxes were cleared to foreign processor markets, compared to 902,073 in 1981, an improvement of 28.36 per cent.

The dramatic change in the surplus situation in 1982 and its positive effect on the Canadian egg industry has resulted in encouraging forecasts for 1983.

## DECLARED SURPLUS AND IMPORTS 1982



SOURCE: CEMA

The federal inquiry into the agency's cost of production formula highlighted CEMA's special activities in 1982 which also included consideration of quota allocations beyond base and a comprehensive marketing survey.

## Federal Inquiry

The inquiry was called by the National Farm Products Marketing Council March 19, 1982, to "review the structure, methodology, and implementation of the Canadian Egg Marketing Agency's cost of production formula in order to assess its appropriateness for determining producers' costs" (NFPMC). The inquiry resulted from the inability of the NFPMC and CEMA to agree on changes to the cost of production formula. Public hearings were held across Canada between June and August by a five-member tribunal appointed by Council. The tribunal's findings were contained in a report to Council that was released November 18, 1982.

*"... on the average these prices have been reasonable from the standpoint of both consumers and producers."*

*(Report of the Fact Finding Inquiry into Egg Production Costs. Page 16.)*

In the months between the inquiry announcement and the opening of the hearings, CEMA developed a formal submission describing the agency's position with respect to the formula. During the hearings, CEMA spoke on behalf of Canadian consumers and egg producers and assured a fair accounting of the issues.

One of the major issues raised by CEMA and confirmed by egg producers testifying before the tribunal was the inadequate wage provided by the formula's labour component. CEMA had previously recognized this shortcoming in the formula but had postponed adjustments until after the inquiry.

Producers also expressed their concern regarding the industry's ability to recapitalize if any adjustments were made to the method of calculating financial costs or return.

Critics of CEMA and the national supply management system argued that producer prices were already too

high, claiming that lower prices in the U.S. indicated as much. These same critics also suggested that high quota values were captured in the price-setting formula as a cost of production.

These claims were ultimately dismissed in the final inquiry report. The tribunal declared that sufficient differences exist between the industries in Canada and the United States as to render such comparisons invalid. The tribunal further stated that it could find no evidence that quota values were captured directly in the COP formula.

The report recommended that a study be undertaken to determine a fair and equitable wage for egg producers. Such a study has been commissioned and the final results are expected in 1983.

Other recommendations included the implementation of a standardized accounting system to determine input costs and the restructuring of the formula to capture provincial costs while retaining national efficiency measures and financial costs. There was no recommendation to alter the depreciation component.

The inquiry found prices have been "reasonable" for both producers and consumers, but to ensure that prices continue to be fair, some changes are required in the pricing system.

The inquiry report was favourably received by CEMA. Both producers and consumers emerged as winners. CEMA accepts the tribunal's major finding as a renewal of its mandate to ensure that prices continue to be fair in the future.

Many of the recommendations remain under consideration at year-end. Their implementation is expected in the new year.

## Overbase Allocation

The increase in consumption and steady supply of the past year prompted the agency to consider increasing the global allocation beyond base. CEMA began work in 1978 on the methodology to distribute future quota increases among the provinces based on the criteria outlined in the Proclamation establishing the agency and the Federal-Provincial Agreement. Work on this methodology continues in 1983.



## Marketing Studies

The need to restructure CEMA's promotion and advertising activities and formulate a modern marketing function within the agency, made 1982 a year of fundamental evaluation within CEMA's newly created Marketing Department.

A major activity of this department was the first truly comprehensive study of our marketplace. The study conducted in two waves during the year, by outside consultants, has been used by CEMA to direct the agency's marketing strategies for 1983.

The first two waves have shown that eggs are growing in favour among consumers, especially as a replacement for more expensive protein sources traditionally served at the mid-day and evening meals.

Yet the study has also indicated that most consumers are still locked into the breakfast-only attitude toward eggs.

Armed with the results of this survey, CEMA has redirected its promotional activities. As a result, consumption should continue its upward movement through 1983. Subsequent waves of the study will provide the agency with the data needed to assess the effectiveness of its new marketing strategies.

CEMA anticipates that 1983 will be as full and rewarding as 1982. Projects initiated last year — the labour study, quota over base and the marketing survey — are slated for completion this year as the agency continues its activities on behalf of Canadian egg producers and consumers.



*Stan Steen, Brian Ellsworth, Ted Wiens and Lorne MacNeill*

Egg producers continued to supply Canadian consumers with a product of excellent quality for a reasonable price in 1982.

Nonetheless, the agency has initiated a code of farm management practices to ensure that the quality of eggs bought by Canadian consumers remains high. The purpose of the code is to impress upon egg producers that quality assurance begins on the farm. It is important to the industry that consumer confidence in eggs remains high.

## Code of Farm Management Practice for Canadian Egg Producers

**The Canadian Egg Marketing Agency recommends that as a producer of eggs in Canada to produce quality eggs, you should to the best of your ability . . .**

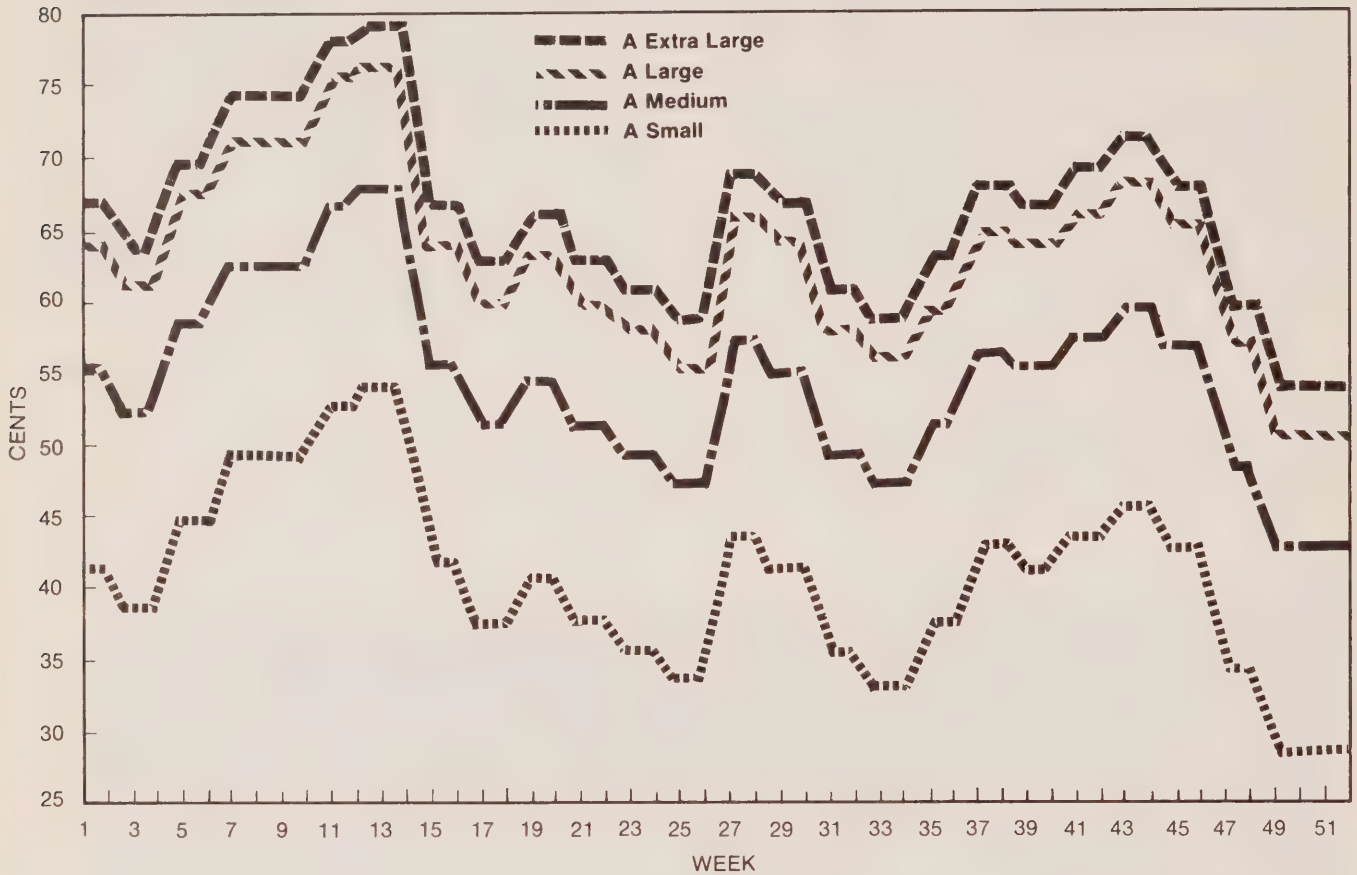
- Maintain an operating cool room with temperature between 50-55 f/10-13 C and a humidity level of 75 to 85 per cent.
- Collect eggs twice or more daily.
- Remove obvious cracked and damaged eggs before shipped to a grading station.
- Always use clean, dry, packing material.
- Maintain a well ventilated laying house.

The Code of Farm Management Practice for Canadian Egg Producers is the central feature of a new quality control program. This program also incorporates a monitoring system to grade producers and an incentives program to recognize those producers whose operations meet certain quality standards as set by the agency.

The program was developed by CEMA's Egg Quality Committee and implemented in co-operation with the provincial marketing boards.

- Remove dead birds daily and dispose of them in a proper manner.
- Keep flies under control.
- Maintain egg gathering equipment in a clean and sound mechanical condition.
- Keep rodents under control.
- Practise good manure management and handling.
- Maintain buildings in a clean and tidy condition — both inside and out.
- Consider the advantages of oiling eggs on farm prior to shipping to grading stations.
- Constantly strive to continue producing quality eggs.

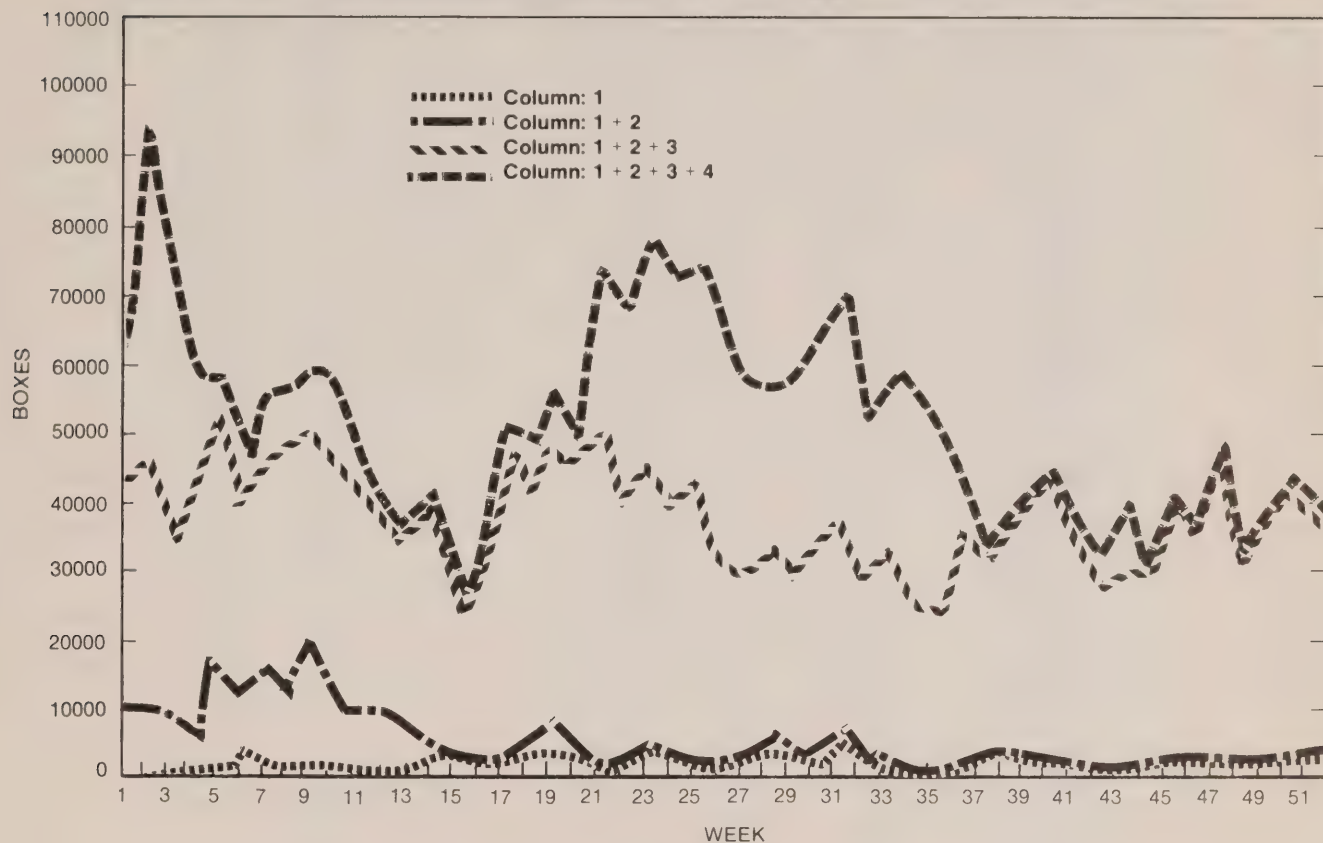
## PROCESSOR PRICES 1982



1982 WEEK	AEL	AL	AM	AS	1982 WEEK	AEL	AL	AM	AS
1	67.00	64.00	55.50	42.00	27	69.00	66.00	57.50	44.00
2	67.00	64.00	55.50	42.00	28	69.00	66.00	57.50	44.00
3	64.00	61.00	52.50	39.00	29	67.00	64.00	55.50	42.00
4	64.00	61.00	52.50	39.00	30	67.00	64.00	55.50	42.00
5	70.00	67.00	58.50	45.00	31	61.00	58.00	49.50	36.00
6	70.00	67.00	58.50	45.00	32	61.00	58.00	49.50	36.00
7	74.00	71.00	62.50	49.00	33	59.00	56.00	47.50	34.00
8	74.00	71.00	62.50	49.00	34	59.00	56.00	47.50	34.00
9	74.00	71.00	62.50	49.00	35	63.00	60.00	51.50	38.00
10	74.00	71.00	62.50	49.00	36	63.00	60.00	51.50	38.00
11	78.00	75.00	66.50	53.00	37	68.00	65.00	56.50	43.00
12	78.00	75.00	66.50	53.00	38	68.00	65.00	56.50	43.00
13	79.00	76.00	67.50	54.00	39	67.00	64.00	55.50	42.00
14	79.00	76.00	67.50	54.00	40	67.00	64.00	55.50	42.00
15	67.00	64.00	55.50	42.00	41	69.00	66.00	57.50	44.00
16	67.00	64.00	55.50	42.00	42	69.00	66.00	57.50	44.00
17	63.00	60.00	51.50	38.00	43	71.00	68.00	59.50	46.00
18	63.00	60.00	51.50	38.00	44	71.00	68.00	59.50	46.00
19	66.00	63.00	54.50	41.00	45	68.00	65.00	56.50	43.00
20	66.00	63.00	54.50	41.00	46	68.00	65.00	56.50	43.00
21	63.00	60.00	51.50	38.00	47	60.00	57.00	48.50	35.00
22	63.00	60.00	51.50	38.00	48	60.00	57.00	48.50	35.00
23	61.00	58.00	49.50	36.00	49	54.00	51.00	42.50	29.00
24	61.00	58.00	49.50	36.00	50	54.00	51.00	42.50	29.00
25	59.00	56.00	47.50	34.00	51	54.00	51.00	42.50	29.00
26	59.00	56.00	47.50	34.00	52	54.00	51.00	42.50	29.00



## CANADA SURPLUS BREAKDOWN 1982



Week	1	2	3	4	All Surplus	Week	1	2	3	4	All Surplus
	Surplus to Domestic Table Market	Surplus to Export Table Market	Surplus to Domestic Processor Market	Surplus to Export Processor Market			Surplus to Domestic Table Market	Surplus to Export Table Market	Surplus to Domestic Processor Market	Surplus to Export Processor Market	
1	0	9,000	32,685	16,298	57,983	28	2,900	1,780	27,215	22,337	54,232
2	700	7,500	36,663	45,864	90,727	29	2,500	1,724	23,630	26,921	54,775
3	1,500	4,500	25,824	39,497	71,321	30	440	1,356	30,279	28,779	60,854
4	1,500	1,400	38,958	13,447	55,305	31	4,700	1,800	29,104	30,520	66,124
5	190	14,449	35,219	6,826	56,684	32	0	200	27,740	23,474	51,144
6	3,000	8,228	27,275	4,932	43,435	33	1,500	1,500	28,550	25,135	56,685
7	1,500	13,144	29,747	10,297	54,688	34	500	200	22,066	31,638	54,404
8	1,493	10,821	33,503	9,160	54,977	35	0	0	21,529	27,241	48,770
9	0	19,022	29,102	9,994	58,118	36	998	0	32,667	7,686	41,351
10	0	7,998	36,199	9,421	53,618	37	3,080	0	27,904	0	30,984
11	0	9,350	30,415	5,364	45,129	38	3,000	0	32,329	383	35,712
12	935	7,500	25,527	3,282	37,244	39	1,500	0	38,424	0	39,924
13	1,102	4,500	27,265	852	33,719	40	2,949	0	37,585	1,270	41,804
14	3,598	0	34,577	336	38,511	41	1,500	0	31,070	2,782	35,352
15	0	0	21,648	1,008	22,656	42	1,300	0	25,134	3,399	29,833
16	641	0	27,368	1,728	29,737	43	1,011	0	28,059	8,383	37,453
17	1,159	1,300	44,943	2,169	49,571	44	389	0	27,476	1,530	29,395
18	3,907	907	35,997	6,129	46,940	45	2,265	0	34,104	1,500	37,869
19	3,000	3,793	39,884	6,719	53,396	46	2,515	0	32,495	0	35,010
20	3,000	0	41,203	2,984	47,187	47	1,880	0	44,691	0	46,571
21	220	0	48,589	22,665	71,474	48	0	0	29,004	0	29,004
22	246	0	37,890	30,885	69,021	49	0	0	35,947	0	35,947
23	4,189	0	39,079	32,876	76,144	50	0	0	40,636	0	40,636
24	3,400	0	34,824	32,809	71,033	51	2,700	0	35,062	0	37,762
25	1,500	0	38,440	31,938	71,878	52	1,500	0	34,318	0	35,818
26	0	200	30,218	29,218	59,636	TL	75,907	132,172	1,688,998	646,222	2,543,299
27	0	0	29,208	26,546	55,754						

## Allocations\* and Inventories\*\* — Summary

Month	British Columbia		Alberta		Saskatchewan		Manitoba		Ontario		Quebec	
	Alloc.	Inv.	Alloc.	Inv.	Alloc.	Inv.	Alloc.	Inv.	Alloc.	Inv.	Alloc.	Inv.††
January	2,561,250	2,445,520‡	1,575,130	1,478,575	734,233	693,564 (Jan. 30)	2,419,730	2,290,179‡	7,967,145	7,561,021 (Jan. 31)	3,381,682	3,182,019† (Jan. 30)
February		2,439,189‡		1,495,270		669,768 (Feb. 27)		2,231,639‡		7,549,747 (Feb. 28)		3,190,533† (Feb. 27)
March		2,417,291‡		1,470,383		693,557 (Mar. 27)		2,214,190‡		7,559,836 (Mar. 28)		3,166,466† (Mar. 27)
April		2,428,955‡		1,492,908		689,739 (Apr. 21)		2,268,518‡		7,557,116 (Apr. 25)		3,129,208† (Apr. 24)
May		2,433,512‡		1,475,762		690,058 (May 22)		2,273,345‡		7,409,116 (May 30)		3,153,157† (May 22)
June		2,454,729‡		1,491,963		684,896 (Jun. 19)		2,256,661		7,483,976 (Jun. 27)		3,179,500† (Jun. 19)
July		2,461,364‡		1,483,457		688,471 (Jul. 31)		2,182,847		7,513,168 (Jul. 25)		3,207,109† (Jul. 17)
August		2,444,453‡		1,468,336		683,159 (Aug. 14)		2,251,222		7,558,116 (Aug. 29)		3,199,781† (Aug. 14)
September		2,401,953‡		1,450,293		659,439 (Sept. 30)		2,234,445		7,527,817 (Sept. 26)		3,177,781† (Sept. 11)
October		2,452,144‡		1,486,699		687,570 (Oct. 9)		2,264,549		7,504,372 (Oct. 31)		3,138,778† (Oct. 9)
November		2,443,588‡		1,494,325		678,994 (Nov. 6)		2,253,567		7,516,791 (Nov. 30)		3,144,365† (Nov. 6)
December		2,456,989‡		1,486,135		677,980 (Dec. 4)		2,297,719		7,526,700 (Dec. 26)		3,195,834† (Dec. 31)
AVERAGE		2,439,974		1,481,176		683,100		2,251,573		7,522,315		3,172,044

Month	New Brunswick		Nova Scotia		P.E.I.		Newfoundland		Totals 1982	Totals 1981
	Alloc.	Inv.	Alloc.	Inv.	Alloc.	Inv.	Alloc.	Inv.		
January	419,229	401,513‡	877,162	811,917 (Jan. 23)	143,731	135,805	443,127	390,027	19,390,140	20,089,726
February		388,884‡		788,468 (Feb. 20)		135,254		365,309	19,254,063	20,065,567
March		377,689‡		815,275 (Mar. 20)		117,462		376,257	19,208,406	19,737,813
April		383,064‡		753,805 (Apr. 17)		132,392		370,014	19,205,719	19,462,274
May		398,876‡		821,948 (May 15)		138,785		365,032	19,150,591	18,781,647
June		384,108		833,096 (Jun. 12)		137,228		344,251	19,250,408	19,049,882
July		395,103		825,577 (Jul. 10)		136,803		352,160	19,246,059	19,412,814
August		379,100		814,411 (Aug. 7)		134,498		348,534	19,281,610	19,487,085
September		393,737		834,861‡ (Sept. 4)		115,826		329,045	19,125,197	19,717,928
October		377,843		802,380 (Oct. 2)		118,023		310,400	19,142,758	19,729,946
November		374,926		815,497 (Nov. 27)		135,412		337,304	19,194,769	19,484,510
December		369,872		828,854 (Dec. 25)		134,659		339,921	19,314,663	19,401,912
AVERAGE		384,643		812,174		131,012		352,355	19,230,365	19,535,091

\* Allocation refers to total quota issuance allowed under Federal-Provincial Agreement

\*\* Inventory refers to number of layers in provincial flock as reported by Provincial boards unless otherwise specified.

† CEMA/Board audit

‡ Under audit

†† Includes inventory of Ferme Lyn

— Includes inventory of Wout Van Gaal prior to termination of quota

### Canadian Weighted Average Producer Price (All Grades)

WEEK	1981 PRICE	1982 PRICE
1	87.1	88.2
2	87.1	88.4
3	89.4	87.5
4	89.6	87.8
5	89.6	87.7
6	89.7	87.6
7	89.9	87.5
8	89.9	87.6
9	89.9	87.1
10	89.9	87.8
11	89.9	86.9
12	89.9	86.8
13	90.0	86.8
14	90.0	86.6
15	90.0	86.6
16	90.8	86.7
17	90.7	86.6
18	90.6	86.4
19	90.5	86.3
20	90.5	86.1
21	90.5	85.9
22	90.4	86.0
23	90.3	85.8
24	91.3	86.6
25	90.3	86.9
26	90.4	86.9
27	90.7	86.9
28	90.6	86.8
29	92.1	88.6
30	92.0	88.5
31	92.0	88.2
32	92.1	88.5
33	93.2	89.3
34	92.6	89.3
35	93.0	89.5
36	93.0	89.6
37	91.4	89.8
38	91.4	89.7
39	91.4	89.8
40	91.5	89.8
41	91.7	89.8
42	91.7	88.3
43	91.5	88.5
44	91.6	88.4
45	91.7	88.5
46	89.9	86.6
47	90.8	86.6
48	89.8	86.6
49	89.9	86.5
50	87.9	84.8
51	88.2	84.8
52	88.3	84.7

### Canada — Declared Surplus and Import Report

WEEK	TOTAL SURPLUS	IMPORTS
1	57,983	6,000
2	90,727	3,000
3	71,321	1,900
4	55,305	1,500
5	56,684	0
6	43,435	1,500
7	54,688	3,000
8	54,977	7,519
9	58,118	6,000
10	53,618	5,045
11	45,129	5,500
12	37,244	6,000
13	33,719	1,500
14	38,511	9,545
15	22,656	3,000
16	29,737	6,060
17	49,571	8,814
18	46,940	8,157
19	53,396	7,000
20	47,187	1,500
21	71,474	1,500
22	69,021	1,620
23	76,144	0
24	71,033	7,500
25	71,878	4,475
26	59,636	3,375
27	55,754	2,045
28	54,232	2,500
29	54,775	4,500
30	60,854	5,250
31	66,124	0
32	51,144	4,500
33	56,685	13,000
34	54,404	6,000
35	48,770	1,500
36	41,351	1,987
37	30,984	9,000
38	35,712	15,045
39	39,924	4,500
40	41,804	11,998
41	35,343	9,200
42	29,833	14,207
43	37,453	13,500
44	29,395	27,439
45	37,869	24,250
46	35,010	15,250
47	46,571	19,533
48	29,004	12,000
49	35,947	30,601
50	40,636	29,934
51	37,762	40,960
52	35,818	28,669
AV	48,909	8,815
TL	2,543,290	458,378



*Touche Ross & Co.*

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

REPORT AND FINANCIAL STATEMENTS

DECEMBER 25, 1982



*Touche Ross & Co.*

Chartered Accountants

## AUDITORS' REPORT

The Minister of Agriculture  
Government of Canada

The National Farm Products Marketing Council

The Members  
Canadian Egg Marketing Agency

We have examined the balance sheets of the Administration Account, Domestic Account and Export Account of the Canadian Egg Marketing Agency as at December 25, 1982 and the statements of Administration Account operations and balance of fund, Domestic Account operations and balance of fund, and Export Account operations and balance of fund for the fifty-two week period then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances, except as outlined in the following paragraph.

Due to the structure of the egg producers' levy and service fees, our verification of levy and service fees was limited to an examination of amounts recorded in the accounts.

In our opinion, except for the effects of any adjustments which might have been required had we been able to verify levy and service fees beyond those recorded in the accounts, these financial statements present fairly the financial position of the Canadian Egg Marketing Agency as at December 25, 1982 and the results of its operations for the fifty-two week period then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied on a basis consistent with that of the preceding period.

*Touche Ross & Co.*

Ottawa, Ontario  
February 25, 1983

Chartered Accountants



ROYAL BANK CENTRE - 90 SPARKS STREET - OTTAWA, ONTARIO K1P 5B4  
TELEPHONE (613) 236-2442 - TELEX 053-4385

*Touche Ross & Co.*

## CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

BALANCE SHEET AS AT DECEMBER 25, 1982

## ADMINISTRATION ACCOUNT

	December 25, 1982	December 26, 1981
<u>ASSETS</u>		
Current		
Cash	\$1,240,216	\$ 27,998
Short-term deposits	-	1,025,205
Accounts receivable		
Levy and service fees - net of uncollectable amounts	411,722	578,238
Other	144,771	48,848
	<u>1,796,709</u>	<u>1,680,289</u>
Fixed		
Computer, equipment and leasehold improvements	646,988	150,975
Accumulated depreciation and amortization	(184,507)	(71,490)
	<u>462,481</u>	<u>79,485</u>
	<u>\$2,259,190</u>	<u>\$1,759,774</u>

LIABILITIES AND BALANCE OF FUND

Current		
Accounts payable and accrued liabilities	\$ 402,778	\$ 400,053
Contingencies and commitments (Note 3)	-	-
Balance of fund	<u>1,856,412</u>	<u>1,359,721</u>
	<u>\$2,259,190</u>	<u>\$1,759,774</u>

Approved on behalf of the Agency:

..... Director  
 ..... Director





*Touche Ross & Co.*

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

BALANCE SHEET AS AT DECEMBER 25, 1982

DOMESTIC ACCOUNT  
(Note 4)

December 25,  
1982

ASSETS

Current	
Cash	\$ 261,921
Accounts receivable	
Levy and service fees - net of	
uncollectable amounts	1,344,916
Egg sales	789,409
Other	282,792
Due from Export Account	2,141,939
Inventory	
Shell eggs	351,275
	<u>\$5,172,252</u>

LIABILITIES AND BALANCE OF FUND

Current	
Bank loan (Note 5)	550,000
Accounts payable and accrued	
liabilities	1,443,700
Contingencies and commitments (Note 3)	-
Balance of fund	<u>3,178,552</u>
	<u>\$5,172,252</u>

Approved on behalf of the Agency:

*[Signature]* ..... Director  
*[Signature]* ..... Director



*Touche Ross & Co.*

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY  
BALANCE SHEET AS AT DECEMBER 25, 1982

EXPORT ACCOUNT  
(Note 4)

December 25,  
1982

ASSETS

Current	
Cash	\$ 13,524
Accounts receivable	
Levy and service fees - net of	
uncollectable amounts	603,391
Egg sales	1,696
Other	1,556
	<u>620,167</u>
Fixed	
Egg imprinters	57,650
Accumulated depreciation	(11,530)
	<u>46,120</u>
	<u>\$ 666,287</u>

LIABILITIES AND BALANCE OF FUND

Current	
Accounts payable and accrued	
liabilities	5,781
Due to Domestic Account	2,141,939
Contingencies and commitments (Note 3)	-
Balance of fund	(1,481,433)
	<u>\$ 666,287</u>

Approved on behalf of the Agency:

*[Signature]* ..... Director  
*[Signature]* ..... Director



*Touche Ross & Co.*

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

STATEMENT OF OPERATIONS AND BALANCE OF FUND  
FOR THE FIFTY-TWO WEEK PERIOD ENDED DECEMBER 25, 1982

ADMINISTRATION ACCOUNT

	December 25, 1982	December 26, 1981
Revenue		
Levy and service fees	\$4,234,567	\$4,182,404
Interest	209,608	237,628
Other	38,692	39,681
	<u>4,482,867</u>	<u>4,459,713</u>
Expense		
Advertising	690,592	2,051,935
Promotion	210,201	120,103
Market research	100,333	38,558
Depreciation and amortization	117,358	21,745
Meetings and travel	413,910	363,459
Per diems	73,590	105,152
Translation	31,771	33,203
Office	195,870	158,577
Equipment rentals	49,087	46,822
Postage	33,813	14,062
Rent	104,163	57,990
Salaries	1,136,348	862,138
Telephone and telex	160,769	143,578
Professional fees and consulting	515,278	580,916
Public relations	89,034	53,029
Uncollectable levy and service fees	62,640	37,086
Other	1,419	40,781
	<u>3,986,176</u>	<u>4,729,134</u>
Excess of revenue over expense (expense over revenue)	496,691	(269,421)
Balance of fund, beginning of period	<u>1,359,721</u>	<u>1,629,142</u>
Balance of fund, end of period	<u>\$1,856,412</u>	<u>\$1,359,721</u>





*Touche Ross & Co.*

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

STATEMENT OF OPERATIONS AND BALANCE OF FUND  
FOR THE FIFTY-TWO WEEK PERIOD ENDED DECEMBER 25, 1982

DOMESTIC ACCOUNT  
(Note 4)

	December 25, 1982
Revenue	
Levy and service fees	\$10,493,360
Egg sales	15,227,794
Interest - Export Account	276,869
- Other	341,646
Other	390
	<u>26,340,059</u>
Expense	
Trading operations	
Egg purchases	24,910,545
Transport and handling	722,082
Bad debts (recovered)	(9,551)
Dyeing and storage	493,331
Insurance	9,528
Other	2,413
Uncollectable levy and service fees	137,626
	<u>26,265,974</u>
Excess of revenue over expense	74,085
Balance of fund, beginning of period (Note 4)	<u>3,104,467</u>
Balance of fund, end of period	<u><u>\$ 3,178,552</u></u>



*Touche Ross & Co.*

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

STATEMENT OF OPERATIONS AND BALANCE OF FUND  
FOR THE FIFTY-TWO WEEK PERIOD ENDED DECEMBER 25, 1982

EXPORT ACCOUNT  
(Note 4)

	December 25, 1982
Revenue	
Levy and service fees	\$10,375,553
Egg sales	7,540,022
Other	29,652
	<u>17,945,227</u>
Expense	
Trading operations	
Egg purchases	12,290,801
Processing	67,085
Transport and handling	421,459
Brokerage, customs and excise	38,683
Dyeing and storage	210,598
Oiling and sleeving	38,990
Materials	232,658
Insurance	18,237
Interest - Bank	349,824
- Domestic Account	276,869
Sales commissions	9,487
Stamping	83,233
Other	20,460
Depreciation	11,530
Uncollectable levy and service fees	<u>123,235</u>
	<u>14,193,149</u>
Excess of revenue over expense	3,752,078
Balance of fund, beginning of period (Note 4)	<u>(5,233,511)</u>
Balance of fund, end of period	<u><u>\$(1,481,433)</u></u>



*Touche Ross & Co.*

## CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS  
DECEMBER 25, 1982

---

## 1. Activities of the Agency

## a) Formation of the Agency

The Canadian Egg Marketing Agency was established in 1972 by the Governor in Council upon the recommendation of the National Farm Products Marketing Council to the federal and provincial Ministers of Agriculture to ensure the orderly marketing of eggs in Canada. The majority of information recorded by the Agency is provided by the accounting and reporting systems of the provincial egg marketing boards, who appoint their own independent auditors.

## b) Levy and service fees

The provincial egg marketing boards have agreed to act as agents of the Agency for the collection, control and remittance of the levy imposed by the Agency. Further amounts are paid to the Agency by the provincial boards to finance the national product removal system pursuant to the supplementary federal-provincial agreement and in the case of Quebec, through service fees payable pursuant to a commercial contract.

## c) Removal activities

The Agency purchases, at the buy-back price, all eggs that meet Agency specifications which are declared by the provincial boards excess to their table market.

## 2. Significant accounting policies

## a) Basis of accounting

Three funds have been established. The product removal levy and service fees are allocated to the Domestic Account and Export Account. All transactions involving the buying and selling of declared eggs are recorded in the Domestic Account for domestic sales of product excess to the table market and the Export Account for export sales of product excess to the domestic requirement. The administration levy and service fees and all administration expenses are recorded in the Administration Account.

## b) Inventory

Inventory of shell eggs are stated at the lower of cost and net realizable value. Shell eggs consist of eggs declared to the Agency but unsold at the end of the period. All shell eggs were sold subsequent to the end of the period.





-2-

Canadian Egg Marketing Agency  
Notes to financial statements  
December 25, 1982

2. Significant accounting policies - continued

c) Fixed assets

Fixed assets are recorded at cost. Depreciation and amortization are calculated using the straight-line method in order to write off the cost of fixed assets over their anticipated useful lives as follows:

Office equipment	10 years
Computer	5 years
Egg imprinters	5 years
Leasehold improvements	over term of lease

3. Contingencies and commitments

- i) Lease commitments of the Agency for the next five years amount to \$339,580. Minimum annual lease payments for each of the next five years are as follows:

<u>Year ending</u>	
1983	\$131,650
1984	101,888
1985	101,088
1986	4,954
1987	-
	<u>\$339,580</u>

- ii) On February 21, 1980, the National Farm Products Marketing Council put into question the method by which the Agency assessed and previously collected a total of approximately \$586,000 in penalties related to over quota production. An investigation has been carried out by Council and the results are presently under discussion.
- iii) The Agency is contingently liable for approximately \$369,000 representing an outstanding letter of credit to support a bond issued on the Agency's behalf.
- iv) At December 25, 1982, the Agency had not received all the documentation needed to substantiate that a portion of the sales reflected in the Export Account were in fact export sales. Should it be established that these were sales for the domestic market, then the net cost of these sales transactions would be charged to the Domestic Account. At December 25, 1982, the maximum contingent liability of the Domestic Account to the Export Account related to these sales amounted to \$700,000. The identification of this inter-account contingent liability is necessary due to the creation of the Domestic Account and the Export Account on December 27, 1981.



*Touche Ross & Co.*

-3-

Canadian Egg Marketing Agency  
Notes to financial statements  
December 25, 1982

4. Comparative figures

Comparative figures are not presented for the Domestic and Export Accounts as these funds came into existence on December 27, 1981. The balance of fund for each of these funds at December 27, 1981 was as follows:

Domestic Account	\$ 3,104,467
Export Account	<u>(5,233,511)</u>
	<u>\$ (2,129,044)</u>

5. Bank loan

The bank loan is secured by a general assignment of book debts.

6. Financial statement approval

These financial statements were approved by the Audit Committee of the Agency on March 1, 1983.



Office canadien de commercialisation des oeufs  
Notes complémentaires  
25 décembre 1982

### 3. Eventualités et engagements

111) L'Office est éventuellement responsable d'une somme d'environ 369 000 \$ qui représente une lettre de crédit en cours en vue de financer une obligation émise au nom de l'Office.

iv) Au 25 décembre 1982, l'Office n'avait pas reçu tous les renseignements nécessaires pour justifier qu'une partie des ventes comprises dans le compte d'exportation étaient en fait des ventes destinées à l'exportation. Si l'on obtenait la preuve que ces ventes étaient destinées au marché national, leur coût net serait imputé au compte national. Au 25 décembre 1982, la dette éventuelle maximale du compte national envers le compte d'exportation en ce qui a trait à ces ventes s'élevait à 700 000 \$. Il est nécessaire de déterminer ce passif éventuel intercomptes en raison de la création du compte national et du compte d'exportation le 27 décembre 1981.

### 4. Chiffres correspondants

Des chiffres correspondants ne sont pas présentés pour les comptes national et d'exportation comme ces fonds ont été créés le 27 décembre 1981. Le solde des fonds de chacun des ces fonds était le suivant au 27 décembre 1981:

Compte national	3 104 467 \$
Compte d'exportation	(5 233 511)
	<u>(2 129 044) \$</u>

### 5. Emprunt bancaire

L'emprunt bancaire est garanti par une cession générale des créances.

### 6. Approbation des états financiers

Ces états financiers ont reçu l'approbation du comité de vérification de l'Office le 1<sup>er</sup> mars 1983.



11) Le 21 février 1980, le Conseil national de commercialisation des produits de ferme a mis en doute la méthode selon laquelle l'Office évaluait les amendes relatives à la surproduction d'oeufs par rapport aux quotas établis et procédait à leur perception. Ces amendes s'élevaient à environ 586 000 \$. Le Conseil a procédé à une enquête dont les résultats sont actuellement à l'étude.

1983	131 650 \$
1984	101 888
1985	101 088
1986	4 954
1987	-
	339 580 \$

Exercice se terminant en

1) Les paiements minimaux exigibles de l'Office en vertu de baux au cours des cinq prochains exercices s'élèvent à 339 580 \$ et s'établissent comme suit:

### 3. Eventualités et engagements

Matériel de bureau	10 ans
Ordinateur	5 ans
Machines à étamper les oeufs	5 ans
Améliorations locales	sur la durée du bail

Les immobilisations sont comptabilisées au coût. Les amortissements sont calculés selon la méthode de l'amortissement linéaire à des taux permettant de radier le coût des immobilisations sur leur durée d'utilisation probable, comme suit:

#### c) Immobilisations

Les stocks d'oeufs en coquille sont inscrits au coût ou à la valeur de réalisation nette, selon le moins élevé des deux montants. Les oeufs en coquille sont les oeufs déclarés à l'Office et non vendus à la fin de l'exercice. Tous les oeufs en coquille ont été vendus après la fin d'exercice.

#### b) Stocks

### 2. Principales conventions comptables (suite)

Office canadien de commercialisation des oeufs  
Notes complémentaires  
25 décembre 1982

Trois fonds ont été créés. Les prélèvements et les frais de service sont répartis entre le compte national et le compte d'exportation. Toutes les opérations comportant l'achat et la vente des oeufs déclarés sont comptabilisées dans le compte national en ce qui a trait aux ventes nationales de produits excédant le marché de "table" et dans le compte d'exportation pour ce qui est des ventes à l'exportation de produits excédant la demande nationale. Les prélèvements et les frais de service à des fins d'administration et tous les frais d'administration sont comptabilisés dans le compte d'administration.

#### a) Méthode de comptabilité

### 2. Principales conventions comptables

L'Office achète, au prix de l'achat, tous les oeufs que les agences provinciales ne peuvent vendre sur leur marché de "table" et qui répondent aux critères de l'Office.

#### c) Activités d'aliénation

Les agences provinciales de commercialisation des oeufs ont accepté d'exercer les fonctions d'agents de l'Office aux fins du recouvrement, du contrôle et de la remise des prélèvements imposés par l'Office. Les agences provinciales versent à l'Office des sommes additionnelles pour financer le programme national d'aliénation des produits selon l'entente fédérale-provinciale supplémentaire, et dans le cas du Québec, des frais de service conformément aux modalités d'un contrat commercial.

#### b) Prélèvements et frais de service

L'Office canadien de commercialisation des oeufs a été formé en 1972 par le gouverneur en conseil à la suite d'une recommandation du Conseil national de commercialisation des produits de ferme aux ministres fédéral et provinciaux de l'Agriculture, afin d'assurer la commercialisation rationnelle des oeufs au Canada. La majorité des renseignements comptabilisés par l'Office provient des systèmes de comptabilité et d'information des agences provinciales de commercialisation des oeufs qui ont leurs propres vérificateurs indépendants.

#### a) Formation de l'Office

### 1. Activités de l'Office

NOTES COMPLÉMENTAIRES  
25 DÉCEMBRE 1982

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFs

*Touche Ross & Co*

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS  
ETAT DES RESULTATS D'EXPLOITATION ET DU SOLDE DU FONDS  
DE L'EXERCICE DE 52 SEMAINES TERMINE LE 25 DECEMBRE 1982  
COMPTE D'EXPORTATION  
(note 4)

25 décembre	1982	
	10 375 553 \$	Revenus
	7 540 022	Prélèvements et frais de service
	29 652	Ventes d'oeufs
	17 945 227	Autres revenus
		Dépenses
	12 290 801	Opérations commerciales
	67 085	Achats d'oeufs
	421 459	Traitement
	38 683	Transport et manutention
	210 598	Frais de courtage, droits de
	38 990	douanes et taxes d'accise
	232 658	Telinture et entreposage
	18 237	Huilage et emballage
	349 824	Matières
	276 869	Assurances
	9 487	Frais d'intérêt - banque
	83 233	- compte national
	20 460	Frais de courtage sur ventes
	11 530	Estampillage
		Autres dépenses
		Amortissements
		Prélèvements et frais de service
		Irrecouvrables
	14 193 149	
	3 752 078	Excédent des revenus sur les dépenses
	(5 233 511)	Solde du fonds au début de l'exercice (note 4)
	(1 481 433) \$	Solde du fonds à la fin de l'exercice





OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES ŒUFS

ÉTAT DES RÉSULTATS D'EXPLOITATION ET DU SOLDE DU FONDS  
DE L'EXERCICE DE 52 SEMAINES TERMINÉ LE 25 DÉCEMBRE 1982

COMPTE NATIONAL

(note 4)

25 décembre  
1982

Revenus  
Prélèvements et frais de service 10 493 360 \$  
Ventes d'œufs 15 227 794  
Intérêts - compte d'exportation 276 869  
- autres 341 646  
Autres revenus 390

26 340 059

Dépenses  
Opérations commerciales  
Achats d'œufs 24 910 545  
Transport et manutention 722 082  
Mauvaises créances (recouvrées) (9 551)  
Teinture et entreposage 493 331  
Assurances 9 528  
Autres dépenses 2 413  
Prélèvements et frais de service  
Irrécouvrables 137 626

26 265 974

74 085

Solde du fonds au début de l'exercice (note 4) 3 104 467

3 104 467

Solde du fonds à la fin de  
l'exercice

3 178 552 \$



OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES ŒUFS  
 ÉTAT DES RÉSULTATS D'EXPLOITATION ET DU SOLDE DU FONDS  
 DE L'EXERCICE DE 52 SEMAINES TERMINÉ LE 25 DÉCEMBRE 1982  
 COMPTE D'ADMINISTRATION

	25 décembre 1982	26 décembre 1981
Revenus		
Prélèvements et frais de service	4 234 567 \$	4 182 404 \$
Intérêts	209 608	237 628
Autres revenus	38 692	39 681
	<u>4 482 867</u>	<u>4 459 713</u>
Frais		
Publicité	690 592	2 051 935
Promotion	210 201	120 103
Étude de marché	100 333	38 558
Amortissements	117 358	21 745
Réunions et déplacements	413 910	363 459
Indemnités quotidiennes de séjour	73 590	105 152
Traduction	31 771	33 203
Frais de bureau	195 870	158 577
Location de matériel	49 087	46 822
Affranchissement	33 813	14 062
Loyer	104 163	57 990
Salaires	136 348	862 138
1		
Téléphone et téléx	160 769	143 578
Honoraires professionnels et de consultation	515 278	580 916
Relations publiques	89 034	53 029
Prélèvements et frais de service irrécouvrables	62 640	37 086
Autres dépenses	1 419	40 781
	<u>3 986 176</u>	<u>4 729 134</u>
Excédent des revenus sur les dépenses (des dépenses sur les revenus)	496 691	(269 421)
Solde du fonds au début de l'exercice	1 359 721	1 629 142
Solde du fonds à la fin de l'exercice	1 856 412 \$	1 359 721 \$

BILAN AU 25 DECEMBRE 1982

COMPTE D'EXPORTATION

(note 4)

25 décembre  
1982

ACTIF

13 524 \$

603 391

1 696

1 556

620 167

57 650

(11 530)

46,120

666 287 \$

À court terme

Encaisse

Débiteurs

Prélèvements et frais de service,

moins les sommes irrécouvrables

Ventes d'oeufs

Autres débiteurs

Immobilisations

Machines à étamer les oeufs

Amortissements cumulés

PASSIF ET SOLDE DU FONDS

Solde du fonds

(1 481 433)

666 287 \$

Éventualités et engagements (note 3)

À payer au compte national

Créditeurs et frais courus

À court terme

Approuvé au nom de l'Office

....., administrateur

....., administrateur





BILAN AU 25 DECEMBRE 1982

COMPTE NATIONAL  
(note 4)

25 décembre  
1982

ACTIF

À court terme	261 921 \$
Encaisse	
Débiteurs	
Prélèvements et frais de service,	
moins les sommes irrécouvrables	1 344 916
Ventes d'oeufs	789 409
Autres débiteurs	282 792
À recevoir du compte d'exportation	2 141 939
Stocks	
Oeufs en coquille	351 275
	<u>5 172 252 \$</u>

PASSIF ET SOLDE DU FONDS

À court terme	550 000 \$
Emprunt bancaire (note 5)	
Créditeurs et frais courus	1 443 700
Eventualités et engagements (note 3)	-
Solde du fonds	3 178 552
	<u>5 172 252 \$</u>

Approuvé au nom de l'Office

....., administrateur  
....., administrateur



OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFs

BILAN AU 25 DECEMBRE 1982

COMPTE D'ADMINISTRATION

	25 décembre 1982	26 décembre 1981
ACTIF		

À court terme		
Encaisse		
Dépôts à court terme	1 240 216 \$	27 998 \$
Débiteurs	-	1 025 205
Prélèvements et frais de service,		
moins les sommes irrécouvrables	411 722	578 238
Autres débiteurs	144 771	48 848
	<u>1 796 709</u>	<u>1 680 289</u>

Immobilisations		
Ordinateur, matériel		
et améliorations locales	646 988	150 975
Amortissements cumulés	(184 507)	(71 490)
	<u>462 481</u>	<u>79 485</u>

	2 259 190 \$	1 759 774 \$
--	--------------	--------------

PASSIF ET SOLDE DU FONDS

À court terme		
Créditeurs et frais courus	402 778 \$	400 053 \$
Éventualités et engagements (note 3)	-	-

Solde du fonds	1 856 412	1 359 721
----------------	-----------	-----------

	2 259 190 \$	1 759 774 \$
--	--------------	--------------

Approuvé au nom de l'Office

....., administrateur

....., administrateur



RAPPORT DES VÉRIFICATEURS

Le ministre de l'Agriculture  
Gouvernement du Canada

Le Conseil national de commercialisation  
des produits de ferme

Les membres de  
l'Office canadien de commercialisation des oeufs

Nous avons vérifié les bilans du Compte d'administration, du Compte national et du Compte d'exportation de l'Office canadien de commercialisation des oeufs au 25 décembre 1982 ainsi que l'état des résultats d'exploitation et du solde du Compte d'administration, l'état des résultats d'exploitation et du solde du fonds du Compte national et l'état des résultats d'exploitation et du solde du fonds du compte d'exportation de l'exercice de 52 semaines terminé à cette date. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues, et a comporté par conséquent les sondages et autres procédés que nous avons jugés nécessaires dans les circonstances, à l'exception de ce qui est mentionné dans le paragraphe ci-dessous.

En raison de la structure des prélèvements sur la production d'oeufs et des frais de service, notre vérification des prélèvements et des frais de service s'est limitée à un examen des montants comptabilisés.

À notre avis, à l'exception de l'effet des éventuels redressements que nous aurions pu juger nécessaires si nous avions été en mesure de vérifier les prélèvements et les frais de service au-delà des montants comptabilisés, ces états financiers présentent fidèlement la situation financière de l'Office canadien de commercialisation des oeufs au 25 décembre 1982 ainsi que les résultats de son exploitation pour l'exercice de 52 semaines terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus, appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

*Touche Ross & Cie*

Ottawa (Ontario)  
Le 25 février 1983

Comptables agréés







25 DÉCEMBRE 1982

RAPPORT ET ÉTATS FINANCIERS

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES ŒUFS

*Touche Ross & Co.*

# IMPORTATIONS

## Rapport sur les déclarations d'excédents et les importations

— Canada

EXCÉDENTS TOTAUX	SEMAINE	TOT. MOY.
57 983	1	52
90 727	2	51
71 321	3	50
55 305	4	49
56 684	5	48
43 435	6	47
54 688	7	46
54 977	8	45
58 118	9	44
53 618	10	43
45 129	11	42
37 244	12	41
33 719	13	40
38 511	14	39
22 656	15	38
29 737	16	37
49 571	17	36
46 940	18	35
53 396	19	34
47 187	20	33
71 474	21	32
69 021	22	31
76 144	23	30
71 033	24	29
71 878	25	28
59 636	26	27
55 754	27	26
54 232	28	25
54 775	29	24
60 854	30	23
66 124	31	22
51 144	32	21
56 685	33	20
54 404	34	19
48 770	35	18
41 351	36	17
30 984	37	16
35 712	38	15
39 924	39	14
41 804	40	13
35 343	41	12
29 833	42	11
37 453	43	10
29 395	44	9
37 869	45	8
35 010	46	7
46 571	47	6
29 004	48	5
35 947	49	4
40 636	50	3
37 762	51	2
35 818	52	1
48 909		
2 543 290		

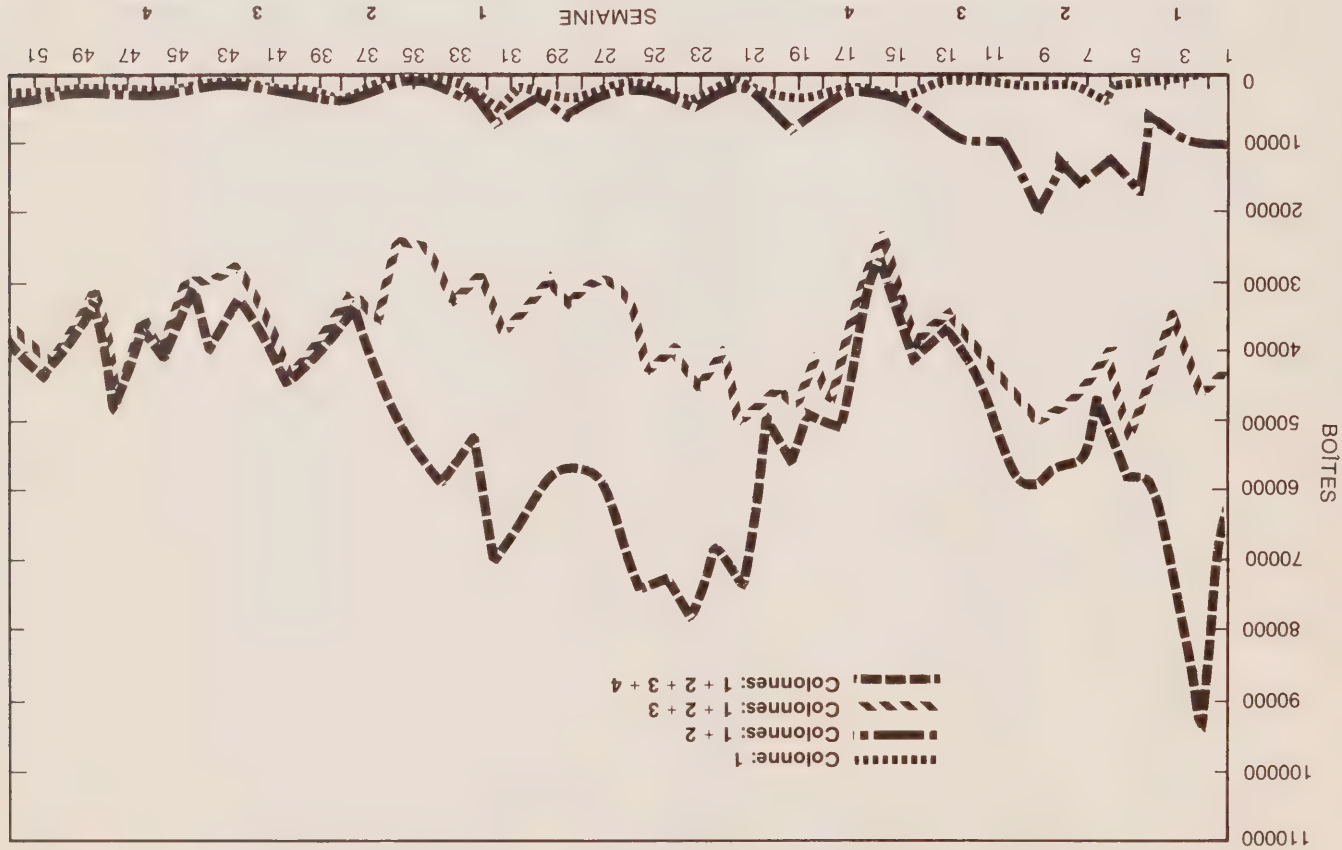
## Prix moyen pondéré versé aux producteurs canadiens (toutes catégories)

SEMAINE	1981	1982	PRIX DE
1	87,1	88,2	87,7
2	87,1	88,4	87,5
3	89,4	87,5	87,8
4	89,6	87,8	87,6
5	89,6	87,7	87,6
6	89,7	87,6	87,6
7	89,9	87,5	87,6
8	89,9	87,6	87,1
9	89,9	87,1	87,8
10	89,9	87,8	86,9
11	89,9	86,8	86,6
12	89,9	86,8	86,6
13	90,0	86,8	86,6
14	90,0	86,6	86,6
15	90,0	86,6	86,7
16	90,8	86,7	86,6
17	90,7	86,6	86,9
18	90,6	86,4	86,9
19	90,5	86,3	86,9
20	90,5	86,1	85,9
21	90,5	85,9	86,0
22	90,4	86,0	85,8
23	90,3	85,8	89,3
24	91,3	86,6	89,3
25	90,3	86,9	89,5
26	90,4	86,9	89,6
27	90,7	86,9	89,7
28	90,6	86,8	89,8
29	92,1	88,6	89,8
30	92,0	88,5	89,8
31	92,0	88,2	88,5
32	92,1	88,5	88,4
33	93,2	89,3	88,5
34	92,6	89,3	88,5
35	93,0	89,5	88,5
36	93,0	89,6	88,5
37	91,4	89,8	88,3
38	91,4	89,7	88,3
39	91,4	89,8	88,4
40	91,5	89,8	88,5
41	91,7	89,8	88,5
42	91,7	88,3	88,5
43	91,5	88,5	88,5
44	91,6	88,4	88,5
45	91,7	88,5	88,5
46	89,9	86,6	86,6
47	90,8	86,6	86,6
48	89,8	86,6	86,6
49	89,9	86,5	86,5
50	87,9	84,8	84,8
51	88,2	84,8	84,7
52	88,3	84,7	84,7

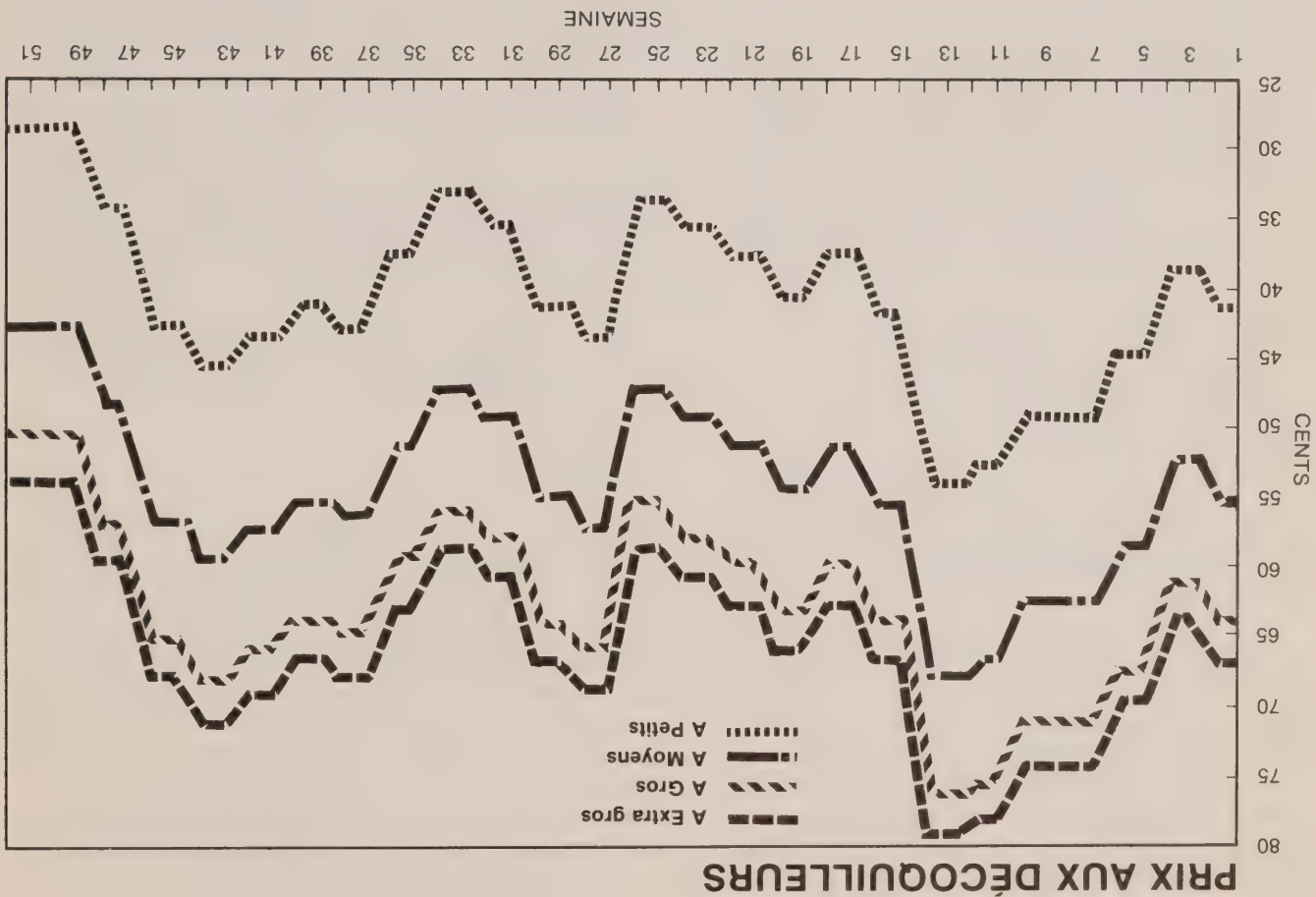




## RÉPARTITION DES EXCÉDENTS AU CANADA



1	0	9 000	32 685	16 298	57 983	28	2 900	1 780	27 215	22 337	54 232
2	700	7 500	36 663	45 864	90 727	29	2 500	1 724	23 630	26 921	54 775
3	1 500	4 500	25 824	39 497	71 321	30	440	1 356	30 279	28 779	60 854
4	1 500	1 400	35 958	13 447	55 305	31	4 700	1 800	29 104	30 520	66 124
5	190	14 449	35 219	6 826	56 684	32	0	200	27 740	23 474	51 144
6	3 000	8 228	27 275	4 932	43 435	33	1 500	1 500	28 550	25 135	56 685
7	1 500	13 144	29 747	10 297	54 688	34	500	200	22 066	27 241	54 404
8	1 493	10 821	33 503	9 160	54 977	35	0	0	21 529	27 241	48 770
9	0	19 022	29 102	9 994	58 118	36	998	0	32 667	7 686	41 351
10	0	7 998	9 421	53 618	45 129	37	3 080	0	27 904	0	30 984
11	0	9 350	30 415	5 364	45 129	38	3 000	0	32 329	383	35 712
12	935	7 500	25 527	3 282	37 244	39	1 500	0	38 424	0	39 924
13	1 102	4 500	27 265	852	33 719	40	2 949	0	37 585	1 270	47 804
14	3 598	0	34 577	336	38 511	41	1 500	0	31 070	2 782	35 362
15	0	0	21 648	1 008	22 656	42	1 300	0	25 134	3 399	29 833
16	641	0	27 368	1 728	29 737	43	1 011	0	28 059	8 383	37 453
17	1 159	1 300	44 943	2 169	49 571	44	389	0	27 476	1 530	29 395
18	3 907	3 907	35 997	6 129	46 940	45	2 265	0	34 104	1 500	37 869
19	3 000	3 793	39 884	6 719	53 396	46	2 515	0	32 495	0	35 010
20	3 000	0	41 203	2 984	47 187	47	1 880	0	44 691	0	46 571
21	220	0	48 589	22 665	71 474	48	0	0	29 004	0	29 004
22	4 189	0	39 079	32 876	76 144	49	0	0	35 947	0	35 947
23	3 400	0	34 824	32 809	71 033	51	2 700	0	35 062	0	40 636
24	1 500	0	38 440	31 988	71 878	52	1 500	0	34 318	0	37 762
25	0	0	0	0	0	50	0	0	0	0	35 818
26	0	0	0	0	0	52	0	0	0	0	2 543 299
27	0	0	0	0	0	TL	75 907	132 172	1 688 998	646 222	2 543 299



1982	SEMAINE	AEG	AG	AM	AP
1	67,00	64,00	64,00	55,50	42,00
2	67,00	64,00	66,00	57,50	44,00
3	64,00	61,00	64,00	55,50	42,00
4	64,00	61,00	64,00	55,50	42,00
5	70,00	67,00	58,00	49,50	36,00
6	70,00	67,00	58,00	49,50	36,00
7	74,00	71,00	56,00	47,50	34,00
8	74,00	71,00	56,00	47,50	34,00
9	74,00	71,00	60,00	51,50	38,00
10	74,00	71,00	60,00	51,50	38,00
11	78,00	75,00	65,00	56,50	43,00
12	78,00	75,00	65,00	56,50	43,00
13	79,00	76,00	64,00	55,50	42,00
14	79,00	76,00	64,00	55,50	42,00
15	67,00	64,00	66,00	57,50	44,00
16	67,00	64,00	66,00	57,50	44,00
17	63,00	60,00	59,50	45,00	39,00
18	63,00	60,00	59,50	45,00	39,00
19	66,00	63,00	54,50	41,00	34,00
20	66,00	63,00	54,50	41,00	34,00
21	63,00	60,00	51,50	38,00	31,00
22	63,00	60,00	51,50	38,00	31,00
23	61,00	58,00	49,50	36,00	29,00
24	61,00	58,00	49,50	36,00	29,00
25	59,00	56,00	47,50	34,00	27,00
26	59,00	56,00	47,50	34,00	27,00

En 1982, les producteurs continuaient à offrir aux consommateurs canadiens un produit d'excellente qualité, à un prix raisonnable.

Néanmoins, l'Office a élaboré un Code d'éthique et de gestion agricole assurant ainsi aux consommateurs que le produit qu'ils achètent est de la plus haute qualité qui soit. L'objectif de ce Code est de bien faire comprendre aux producteurs que l'assurance de la qualité commence à la ferme. Il est essentiel, pour l'industrie, que la confiance des consommateurs demeure à l'abri de toute épreuve.

## Code d'éthique et de gestion agricole à l'intention des producteurs d'oeufs canadiens.

**L'Office canadien de commercialisation des oeufs recommande qu'à titre de producteur d'oeufs et qu'afin de produire un produit de qualité, vous devez vous efforcer à :**

- Maintenir un réfrigérateur en bon état de fonctionnement et veiller à ce que la température soit de 50 à 55°F/10 à 13°C alors que le niveau d'humidité devrait être de 75 pour cent à 85 pour cent.
- Ramasser les oeufs au moins deux fois par jour.
- Retirer les oeufs fêlés ou endommagés avant l'expédition du lot au poste de classement.
- Toujours utiliser un emballage propre et sec.
- Maintenir un bon système de ventilation dans le poulailler.

Le Code d'éthique et de gestion agricole, mis au point à l'intention des producteurs d'oeufs du Canada, est le point de mire d'un nouveau programme de contrôle de la qualité. Ce programme comporte aussi un système d'évaluation des producteurs ainsi qu'un programme de motivation permettant de déterminer les producteurs dont les installations répondent aux normes de qualité établies par l'Office.

Le programme global a été mis au point par le comité de l'OCCO pour la qualité des oeufs et appliqué en collaboration avec les offices provinciaux de commercialisation.

- Enlever les ponduses mortes tous les jours et les éliminer d'une façon convenable.
- Contrôler la présence des insectes.
- Maintenir un système de cueillette qui soit propre et en bon état de fonctionnement.
- Contrôler la présence des rongeurs.
- Procéder à une bonne gestion et manutention des fientes.
- Maintenir la propreté et le bon état des bâtisses à l'extérieur comme à l'intérieur.
- Considérer les avantages du huilage des oeufs à la ferme avant leur expédition au poste de classement.
- S'efforcer de toujours produire des oeufs de qualité.



son mandat voulant qu'il continue d'assurer le versement de prix justes et raisonnables à l'avenir. À la fin de l'année, plusieurs recommandations faisaient toujours l'objet d'une étude. On prévoit leur application au cours du nouvel an.

### Allocation au delà de la base

L'augmentation de la consommation et

l'approvisionnement stable de l'an dernier sont deux facteurs qui ont poussé l'Office à accroître l'allocation globale au delà de la base. En 1978, l'OCCO

commençait à travailler sur une méthodologie par laquelle il pourrait répartir les prochaines

augmentations de contingents entre les provinces,

conformément aux critères établis dans sa

Proclamation ainsi que dans l'Accord fédéral-

provincial. Ce travail se poursuit en 1983.

### Études de marketing

Le besoin de restructurer les activités promotionnelles et publicitaires de l'OCCO ainsi que la nécessité de formuler une fonction plus moderne de marketing au sein de l'Office ont fait en sorte que l'année 1982 témoignait d'une réévaluation totale du nouveau service de marketing de l'OCCO.

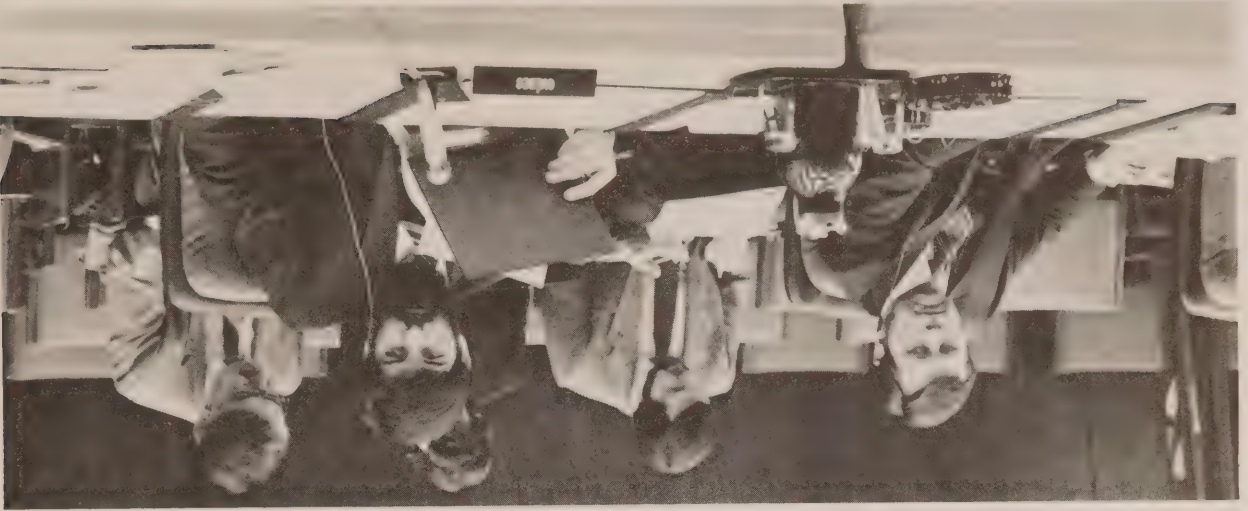
Une des principales tâches de ce service a été d'entreprendre une première étude vraiment globale

du marché canadien. Sous la direction de conseillers indépendants, cette étude s'est déroulée en deux étapes tout au cours de l'année et fut utilisée par l'OCCO dans le cadre de l'établissement de ses stratégies de marketing pour 1983.

Ces deux premières étapes ont démontré jusqu'à quel point les oeufs gagnaient de l'importance au sein des consommateurs, particulièrement à titre d'aliment remplaçant d'autres sources protéiques plus traditionnelles servies au dîner et au souper. Toutefois, le sondage en question a aussi révélé que les consommateurs considéraient tout de même les oeufs comme faisant plutôt partie du menu du déjeuner.

Fort des résultats de cette étude, l'OCCO s'est tourné vers la radio et la presse écrite pour donner suite à ses activités promotionnelles. Ainsi, la consommation devrait poursuivre sa tendance à la hausse tout au cours de 1983. Les prochaines étapes de l'étude fourniront à l'Office les moyens d'évaluer l'efficacité de ses stratégies de marketing. L'OCCO prévoit que l'année 1983 sera aussi comble et réussie que l'année précédente. Les projets entrepris l'an dernier, soit l'étude sur la main-d'oeuvre, et les études sur les contingents au delà de la base et le marketing, doivent être complétés cette année à mesure que l'OCCO poursuit ses activités au nom des consommateurs et producteurs d'oeufs canadiens.

John Unger du Manitoba et Ghislain Cloutier du Québec





Le fait saillant des événements particuliers de l'OCCO en 1982 fut l'enquête fédérale sur la formule du coût de production; au chapitre de ces événements figuraient aussi la question des allocations de contingents au delà de la base ainsi qu'un sondage global sur le marketing.

## Enquête fédérale

C'est le 19 mars 1982 que cette enquête était convoquée par le Conseil national de commercialisation des produits agricoles afin "d'étudier la structure, la méthodologie et l'application de la formule du coût de production de l'Office canadien de commercialisation des oeufs pour en déterminer l'à-propos dans la détermination des coûts des producteurs." (CNCPA). Suite à cette enquête, le CNCPA et l'OCCO n'étaient toujours pas en mesure de s'entendre sur les changements qu'il fallait apporter à la formule en question. Entre juin et août de la même année, une Commission de cinq membres nommés par le CNCPA tenait des audiences publiques d'un coin à l'autre du pays. Les conclusions de ladite Commission étaient ensuite publiées dans un rapport soumis au CNCPA et publié le 18 novembre 1982.

"... ces prix sont en général raisonnables, tant du point de vue du consommateur que du producteur."

(Rapport de la Commission d'enquête sur les coûts de production des oeufs, page 19).

Au cours des mois qui se sont écoulés depuis la convocation de l'enquête et l'ouverture des audiences, l'OCCO a élaboré un mémoire détaillé dans lequel il décrivait sa position relativement à la formule. Au cours des audiences, l'OCCO représentait les consommateurs et les producteurs canadiens et s'assurait de présenter les faits tels qu'ils étaient.

L'un des principaux points abordés par l'OCCO et confirmé par les producteurs d'oeufs appelés à témoigner devant la Commission fut celui de la rémunération inappropriée que produisait la composante de la main-d'oeuvre. L'Office avait déjà souligné cette défaillance de la formule mais décidait de retarder tout ajustement jusqu'à ce que l'enquête soit terminée.

Les producteurs ont également manifesté une certaine préoccupation concernant la recapitalisation de l'industrie si des changements étaient apportés à la méthode utilisée pour calculer les coûts financiers ou leur rendement.

Les critiques de l'OCCO et du système national de gestion des approvisionnements soutenaient que les prix aux producteurs étaient déjà trop élevés et fondaient leurs clamours sur le fait que les prix étaient beaucoup plus bas aux États-Unis. Ces mêmes critiques suggéraient aussi que les valeurs élevées des contingents étaient incluses à titre de coût de production dans le cadre de la formule d'établissement des prix.

Ces affirmations ont, plus tard, été écartées dans le rapport final de la Commission. Celle-ci jugeait qu'un nombre suffisant de différences existaient entre les industries canadiennes et américaines pour que de telles comparaisons ne soient pas valables. De plus, la Commission soutenait qu'il n'y avait aucune preuve à savoir que les valeurs des contingents étaient directement incluses dans la formule du CDP.

Le rapport recommandait qu'une étude soit entreprise afin de déterminer une rémunération juste et raisonnable pour les producteurs d'oeufs. Une telle étude a été mandatée et la publication des résultats est prévue en 1983.

D'autres recommandations portent sur l'application d'un système normalisé de comptabilité permettant d'établir le coût des intrants ainsi que la restructuration de la formule dans le but de tenir compte des coûts provinciaux ainsi que des facteurs nationaux et des coûts financiers. Aucune recommandation visant la modification de la composante de l'amortissement n'a été faite.

La Commission a jugé que les prix s'étaient révélés "raisonnables" à la fois pour les producteurs et les consommateurs; cependant, pour assurer que ces prix demeurent justes, certains changements devront être apportés au système d'établissement des prix. D'ordre général, l'OCCO a bien accueilli le rapport. Les producteurs et les consommateurs s'en sont bien tirés. L'OCCO considère la principale conclusion de la Commission comme étant un renouvellement de

## Écoulement des excédents

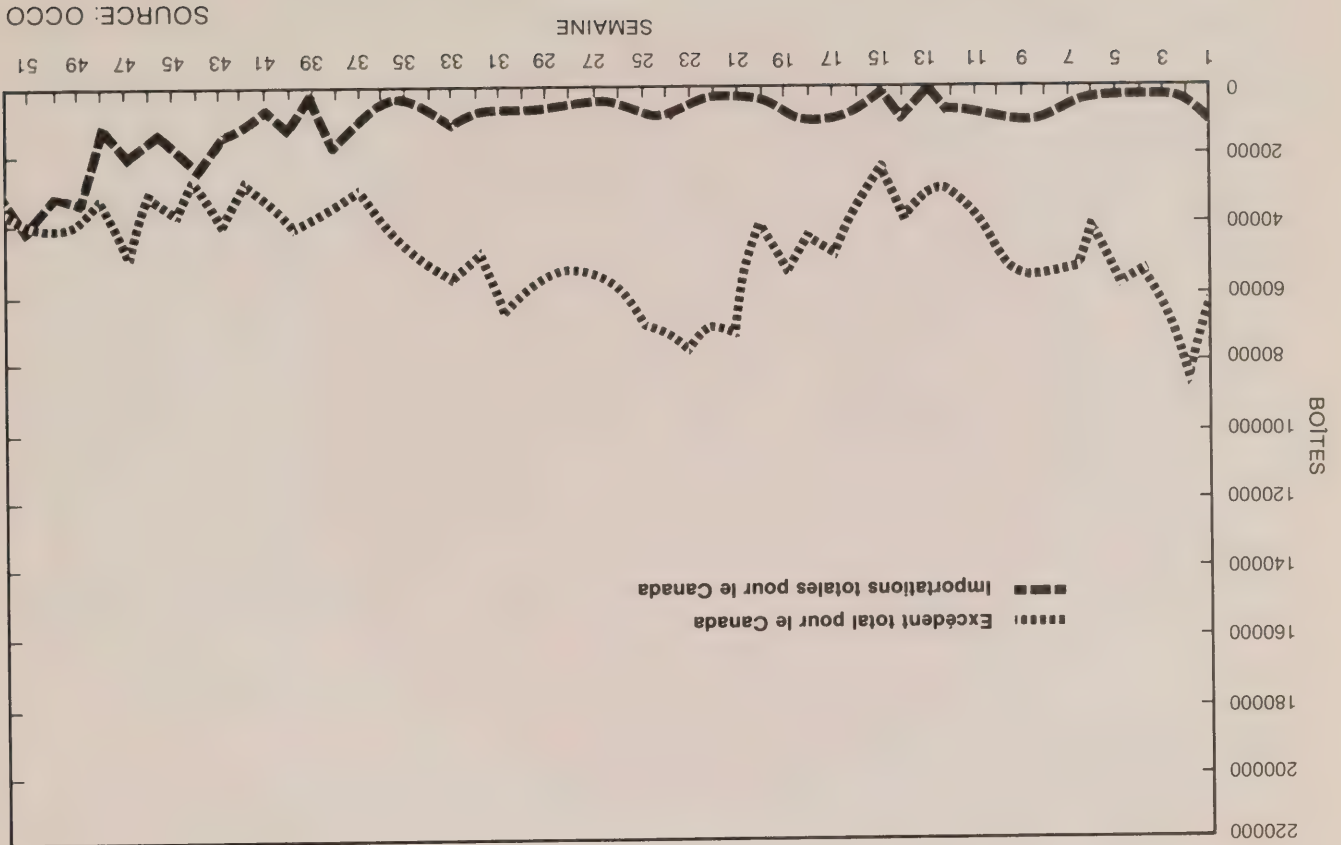
L'écoulement des excédents pour le marché local de la table ou la transformation a diminué de 5,97 pour cent, passant de 1 876 961 boîtes en 1981 à 1 764 896 boîtes l'an dernier. La liquidation vers le marché de la table a connu une baisse de 12,09 pour cent, passant de 86 349 boîtes en 1981 à 75 907 en 1982. Le marché local de la transformation a passé de 1 790 612 boîtes en 1981 à 1 688 999, soit une différence de 5,68 pour cent.

L'écoulement des excédents vers les marchés d'exportation a connu une diminution de 41,79 pour cent entre 1981 et 1982. L'année dernière, on a ainsi

exporté vers des clients étrangers 778 394 boîtes d'oeufs, comparativement à 1 337 223 boîtes en 1981. Les marchés étrangers de consommation à la table ont absorbé 132 172 boîtes en 1982, ce qui marque un déclin de 69,23 pour cent par rapport aux 435 150 boîtes de l'année précédente. En 1982, 646 222 boîtes ont été écoulées sur les marchés étrangers de la transformation, contre 902 073 en 1981, soit une amélioration de 28,36 pour cent.

Le changement radical qui s'est produit dans la situation relative aux excédents en 1982, et ses effets positifs sur l'industrie canadienne des oeufs, a eu pour résultat de produire des prévisions encourageantes pour 1983.

## DÉCLARATION D'EXCÉDENTS ET IMPORTATIONS 1982



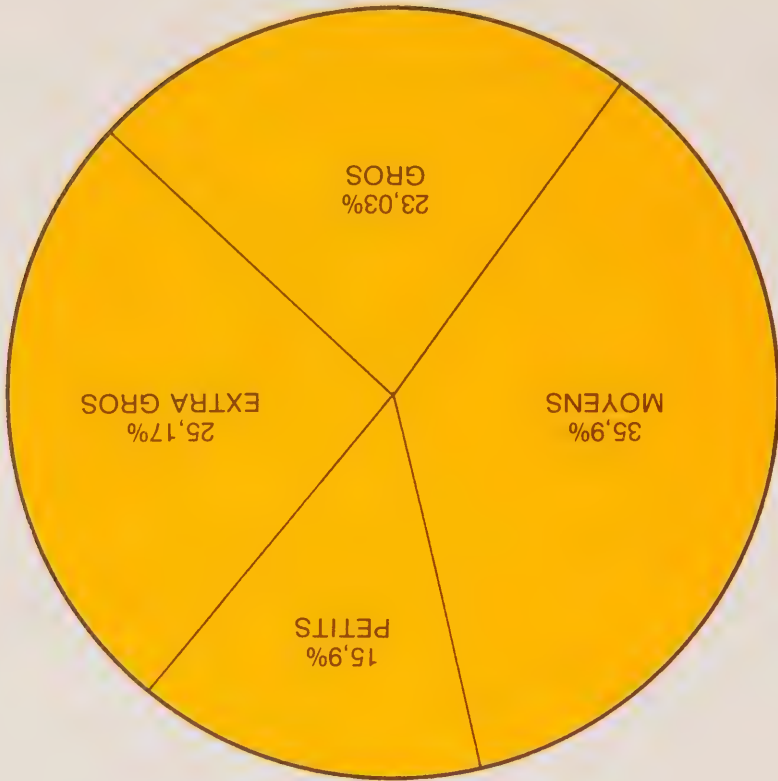
boîtes. On a enregistré un excédent de 585 767 boîtes ou cinq pour cent. En 1981, 12 396 880 boîtes de gros oeufs ont été classées, et l'excédent a été de 1 095 834 boîtes ou de neuf pour cent.

L'excédent d'oeufs moyens a été de 14 pour cent, tant en 1982 qu'en 1981, mais le nombre de boîtes excédentaires est passé de 958 036 en 1981 à 913 624 en 1982, alors que la production d'oeufs moyens connaissait une baisse de 6 904 934 à 6 734 544 boîtes.

La diminution la plus importante des excédents s'est manifestée pour les petits oeufs qui sont passés de 35 pour cent en 1981 à 28 pour cent l'an dernier. En 1982, on a classé 1 426 803 boîtes de petits oeufs, et les excédents ont été de 403 839 boîtes. En 1981, on avait classé 1 472 637 boîtes et les excédents étaient de 511 719 boîtes.

Les niveaux d'excédents ont continué à répondre aux changements traditionnels dans les tendances de la consommation. Les excédents ont atteint leur niveau le plus élevé au début de l'année, au cours des semaines 1 à 10, avant de diminuer au début du printemps et de rester bas durant cette saison, soit entre les semaines 11 à 18. Ils ont de nouveau augmenté au cours de l'été, durant les semaines 19 à 35, puis diminué à l'automne pour rester bas jusqu'à la fin de l'année.

## EXCÉDENT NATIONAL DE 1982 PAR CALIBRE



100% = 2,543,290  
SOURCE: OCCO

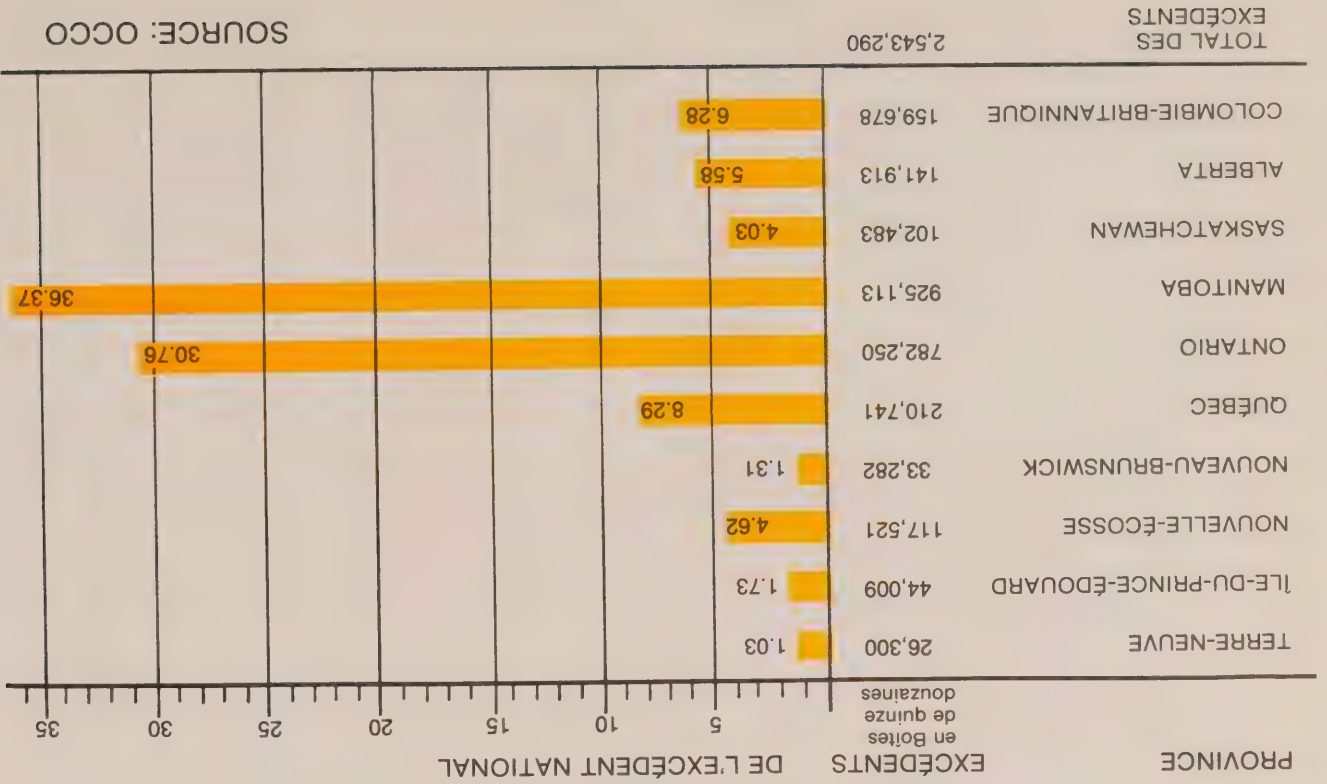


Niveaux d'excédents

Les niveaux d'excédents ont baissé de 20,8 pour cent l'année dernière par rapport à l'année précédente. Les excédents de 1982 se sont chiffrés à 2 543 290 boîtes de 15 douzaines, ce qui représente 10 pour cent de tous les oeufs classés (25 397 222 boîtes). En 1981, on avait enregistré un excédent de 3 214 184 boîtes, ou 13 pour cent de tous les oeufs classés (25 376 036 boîtes).

Il y a réduction des excédents dans toutes les provinces, à l'exception de Terre-Neuve où les excédents ont été de sept pour cent des oeufs classés en 1982, comparativement à six pour cent en 1981. Le changement le plus radical s'est produit en Saskatchewan où les excédents n'ont été que de 13 pour cent en 1982, par rapport à 22 pour cent en 1981. C'est au Manitoba qu'on a produit le plus d'oeufs excédentaires, soit 925 113 boîtes, ce qui

POURCENTAGE DES EXCÉDENTS PROVINCIAUX PAR RAPPORT AU TOTAL NATIONAL



représente 34 pour cent des oeufs classés dans cette province l'année dernière (2 687 582 boîtes). Toutefois, cet excédent était inférieur à celui de 41 pour cent noté en 1981. En Ontario, la quantité d'oeufs classés est passée de 10 450 316 boîtes en 1981 à 10 583 559 boîtes en 1982, mais les excédents sont passés de 10 pour cent (1 021 657) boîtes en 1981 à sept pour cent (782 250) en 1982. Les excédents ont été inférieurs à ceux de 1981 pour toutes les catégories. En 1982, on a classé 4 891 790 boîtes d'oeufs extra-gros et les excédents ont été de 640 060 boîtes ou 13 pour cent des oeufs classés. L'année précédente, on avait classé 4 601 585 boîtes d'oeufs extra-gros et l'excédent avait été de 648 595 boîtes ou de 14 pour cent. Les oeufs de calibre gros ont représenté près de la moitié des oeufs classés en 1982, soit 12 344 085



Une consommation accrue, accompagnée d'un approvisionnement stable au cours de l'année 1982, a eu pour résultat d'améliorer la question des excédents par rapport à 1981. Les excédents nationaux déclarés ont en effet été en 1982 de 2 543 290 boîtes, soit 10 pour cent de tous les oeufs classés, comparativement à 3,2 millions de boîtes en 1981 (13 pour cent).

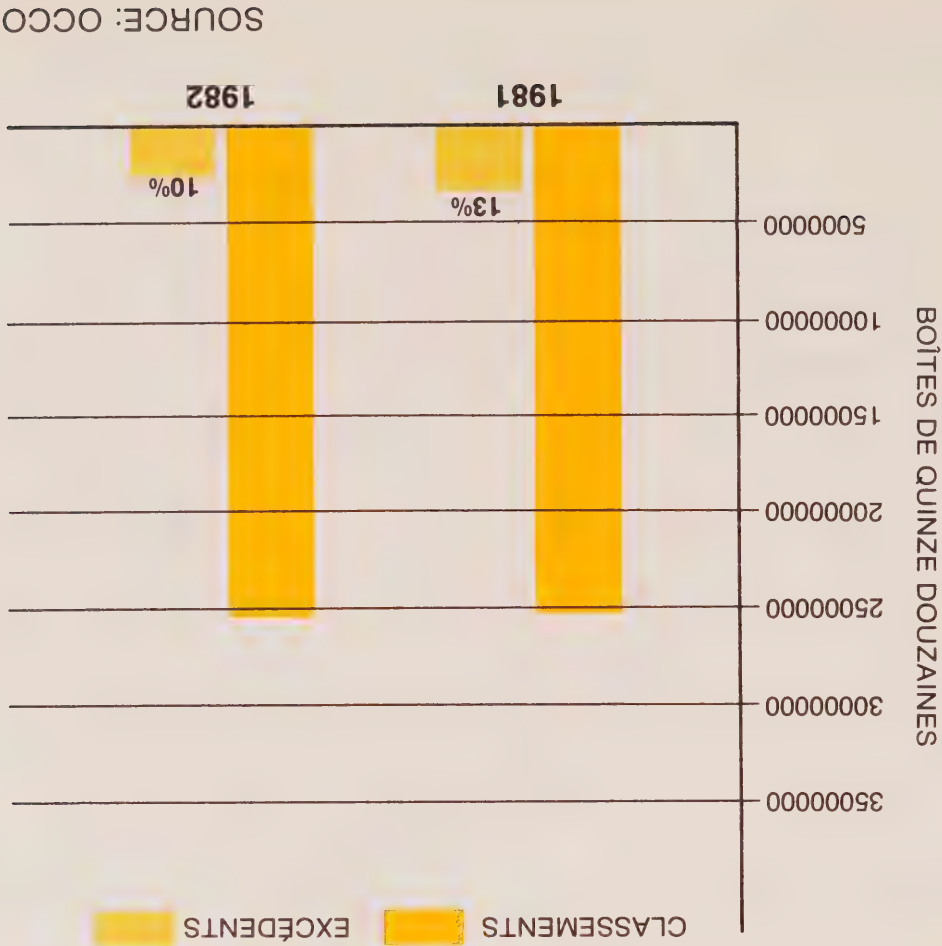
**Mandat**

Le troisième mandat de l'Office est de voir à l'écoulement des oeufs excédant la demande du marché de la table et de la transformation. Les excédents varient tout au long de l'année, étant donné l'uniformité relative de la production et le caractère saisonnier de la demande.

Chaque semaine, l'Office écoute les oeufs excédentaires. Comme d'autres denrées essentielles, les oeufs sont soumis à une demande fixe. (Une diminution des prix n'aurait pas pour effet de provoquer une hausse de la consommation à long terme).

Les oeufs en excédent sont expédiés vers trois secteurs: aux provinces canadiennes où l'approvisionnement d'oeufs d'un calibre particulier est réduit, aux transformateurs à des fins de consommation locale et enfin, lorsque la demande locale est faible, aux marchés d'exportation.

POURCENTAGE DES EXCÉDENTS PAR RAPPORT AUX CLASSEMENTS TOTAUX — '81 VS '82

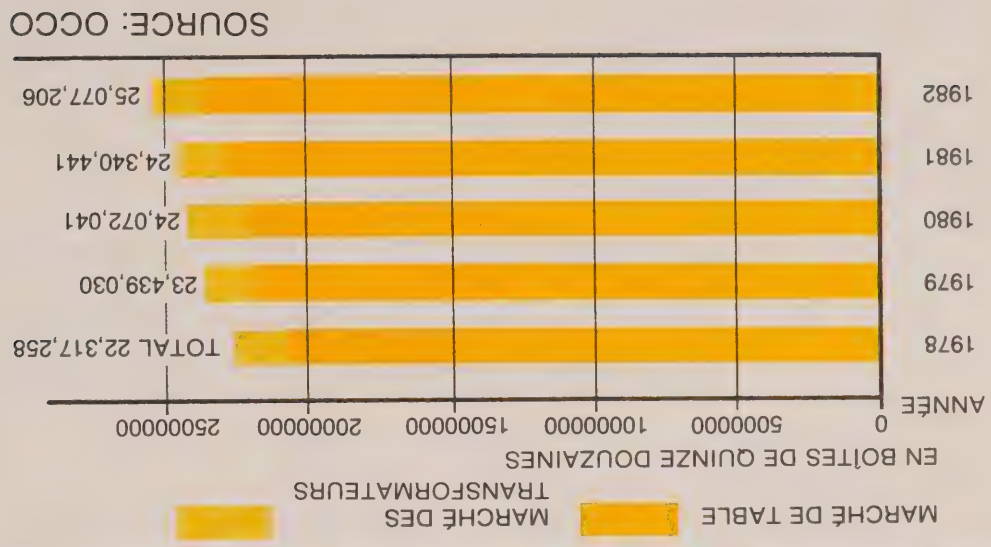


SOURCE: OCCO

1982. Le nombre total d'œufs décaqués a connu une baisse de 7,9 pour cent pour se chiffrer à 21,36 millions de kilos. La transformation d'œufs entiers a baissé de 6,2 pour cent, celui du jaune d'œufs de 7,2 pour cent et celui de l'albume de 1,8 pour cent (Source: CCTOV).

L'Office a signé, en 1982, un nouveau contrat avec l'industrie canadienne de la transformation d'œufs afin de modifier la méthode utilisée pour déterminer le prix que les transformateurs devaient payer pour leurs œufs. En vertu de cette entente, les œufs canadiens réservés à la transformation étaient offerts à un prix reflétant les données courantes pour un américain, expédié à Toronto, et converti en dollars canadiens. Tout au long de 1982, ce changement a eu pour effet de produire pour les œufs destinés au marché de la transformation, un prix inférieur à celui de l'année précédente.

# DEMANDE DES CINQ DERNIÈRES ANNÉES (1978-82)



# CONSUMMATION MOYENNE D'OEUF PAR SEMAINE ET PAR FOYER PAR PROVINCE AU MOIS DE JUIN '82

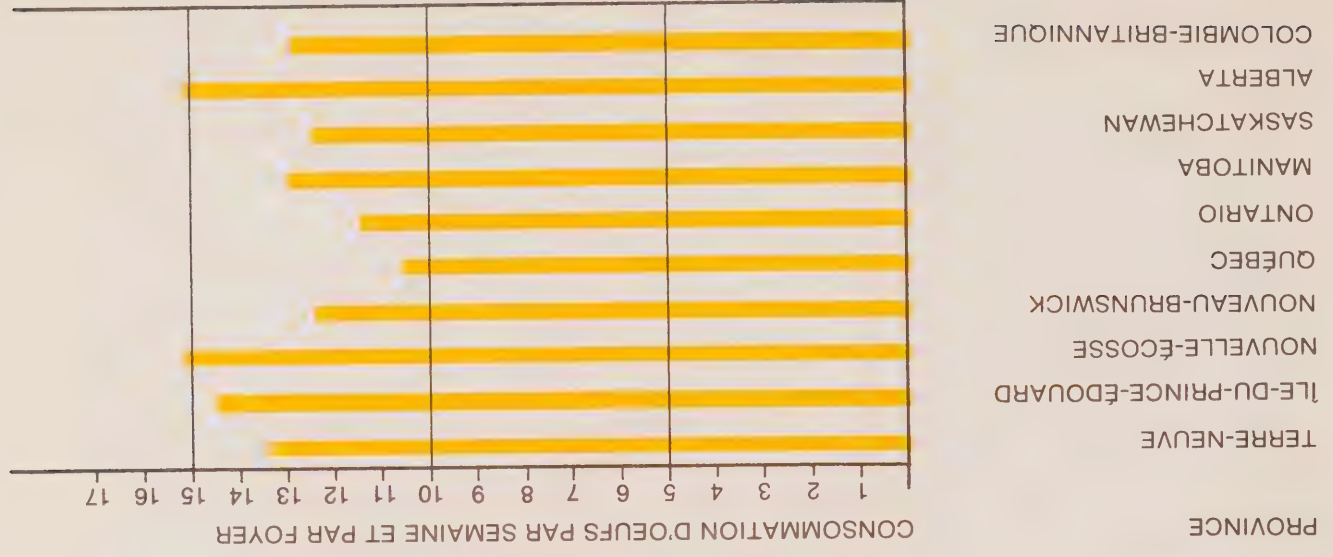
consommation était, au cours de la semaine 39, de 3,72 pour cent supérieure à celle du troisième trimestre de 1981. Cette croissance est demeurée stable tout au long du quatrième trimestre, et, en fin d'année, les Canadiens avaient consommé 23 356 000 boîtes ou 350 340 000 douzaines d'oeufs.

Au cours de 1982, l'Office a entrepris des études en vue de formuler des prévisions plus justes de la demande. Un nouveau modèle indiquant la chronologie était utilisé, dès le mois de décembre, pour mieux prévoir la demande.

Le but de ces études relatives à la demande était d'améliorer les prévisions et d'étudier les tendances de la consommation et les relations causales. Ces travaux de recherche ont indiqué qu'au cours des quatre dernières années, la consommation d'oeufs en coquilles à la table avait connu une augmentation graduelle au Canada.

En tentant d'établir la cause de ces changements, les chercheurs ont constaté que la relation causale la plus profonde existait entre la saison de l'année et la consommation de table. Ils ont également constaté que l'accroissement démographique contribue grandement à l'augmentation de la consommation. Ces études n'ont toutefois pas démontré d'autres relations causales directes entre d'autres facteurs, comme entre les prix du boeuf et la consommation d'oeufs. Ces études sur la demande prendront fin en 1983.

La demande d'oeufs canadiens de la part des transformateurs a connu une baisse de 5,68 pour cent par rapport aux données de 1981. Les transformateurs ont acheté 1 688 989 boîtes de l'Office, en 1982, à des fins de consommation locale. Ce déclin s'est manifesté de façon évidente dans les tendances de la production d'oeufs transformés en



SOURCE: SUIVI DE RECHERCHE DE L'OCCE



En 1982, les importations ont augmenté de 51,97 pour cent, comparativement à 1981. Elles ont porté sur un total de 462 003 boîtes de 15 douzaines en 1982, comparativement à 310 315 en 1981. Les importations globales ont effectivement diminué de 28,9 pour cent l'année dernière, passant de 251 815 boîtes en 1981 à 178 964 boîtes en 1982. Toutefois, les importations autorisées en vertu de permis supplémentaires ont connu une augmentation importante, passant de 58 500 boîtes en 1981 à 282 039 en 1982.

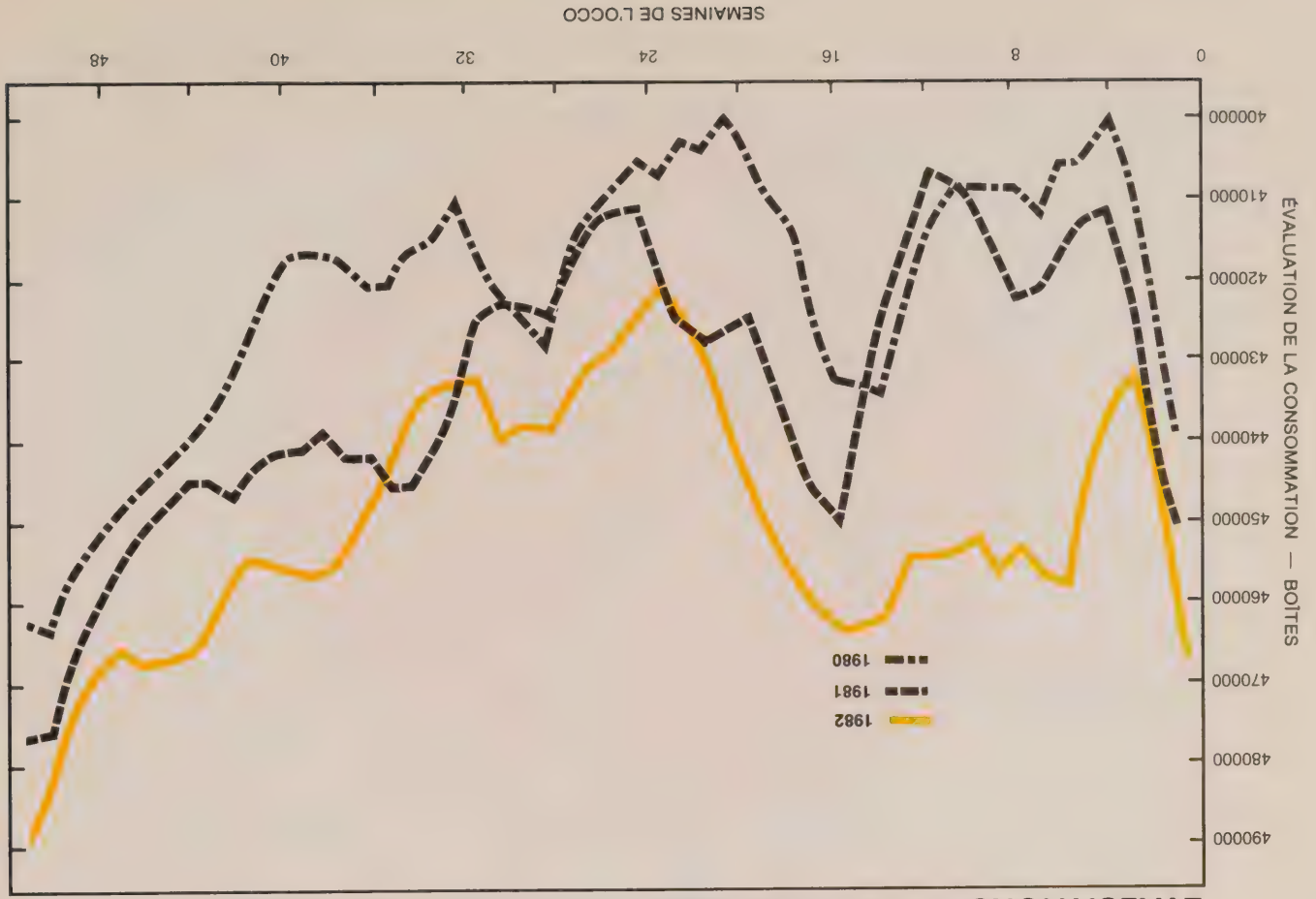
Bien que le Canada doive admettre certaines importations, il est essentiel d'en mieux contrôler les calendriers. L'OCCO a donc entamé des pourparlers avec le gouvernement fédéral afin de mieux coordonner les calendriers des importations futures et de tenir compte des excédents nationaux. Des modifications à cet effet peuvent être adoptées en 1983.

### La demande

Une des meilleures pages de l'industrie des oeufs en 1982 a été l'expansion dynamique de la consommation de table, qui, vers la fin de l'année, était supérieure de 3,72 pour cent à celle de 1981.

Bien que la consommation se soit révélée plus élevée au cours de chacun des trimestres de 1982, la croissance la plus marquée s'est produite au cours du premier semestre. Lors de la semaine 13, la consommation de table était plus élevée de 4,62 pour cent que celle de la même période l'année précédente. (Moyenne mobile de 52 semaines). Vers la fin du premier semestre, cette tendance a légèrement ralenti et la consommation était supérieure de 4,39 pour cent à celle de la même période de 1981. Le troisième trimestre a été témoin d'un nouvel affaiblissement de la tendance. La

## ÉVALUATIONS DE LA CONSOMMATION D'OEUFS AU CANADA





L'Office a surveillé les approvisionnements tout au cours de 1982. À l'été et à l'automne, les administrateurs de l'Office ont soumis une résolution en vue d'augmenter le contingent national. Vers la fin de l'année, on a toutefois estimé qu'aucun changement n'était requis et aucune modification n'a donc été approuvée par l'Office.

Conformément aux accords commerciaux qu'il a signés avec d'autres pays, le Canada autorise l'importation d'œufs en coquille. Ces importations de denrées réglementées jouent le rôle de soupapes de sécurité pour le consommateur. Quand les approvisionnements sont faibles, on peut recourir aux importations pour s'assurer que les Canadiens n'aient pas à souffrir de la situation.

utilisation accrue de troupeaux multiples, à produire un peu plus d'œufs qu'en 1981.

L'an dernier, on a produit 25 397 222 boîtes de 15 douzaines, comparativement à 25 376 036 boîtes en 1981; cela représente une variation de 0,08 pour cent.

Au cours de l'année, les placements de ponduses n'ont été que légèrement supérieurs à ceux de 1981. Dans les provinces de l'Atlantique, les placements ont été à peu près semblables au cours de ces deux années. Ils ont été modérément plus élevés au Québec, en Ontario, et en Alberta, mais ont diminué au Manitoba, en Saskatchewan et en Colombie-Britannique.

## SOURCE D'APPROVISIONNEMENT

### BOÎTES DE QUINZE DOUZAINES



SOURCE: OCCO

Au cours de l'année 1982, l'industrie des oeufs a été témoin d'une augmentation marginale de la production locale malgré des coupures de contingents à la fin de 1981. Elle a aussi vu une hausse des importations, de la consommation sur le marché de la table et un adoucissement de la demande de l'industrie du décoquillage.

**Le mandat**

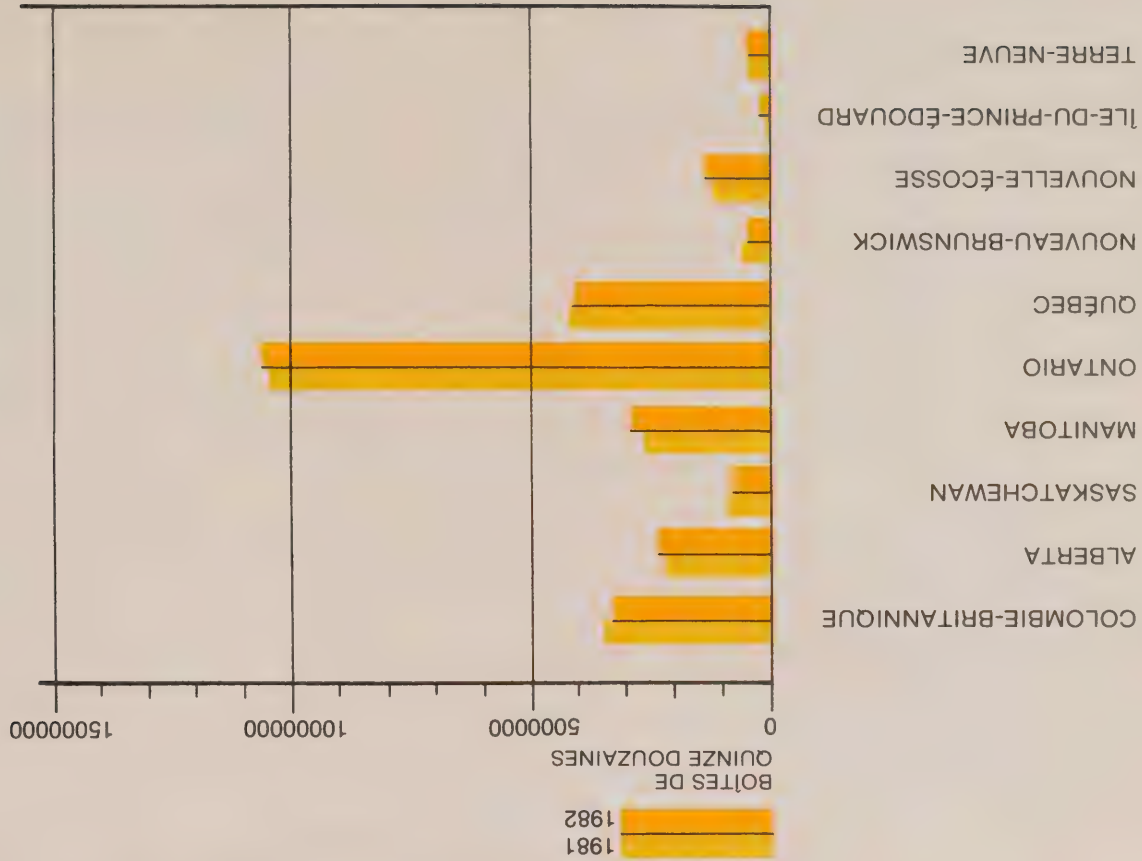
Le deuxième mandat de l'Office est de faire en sorte que l'offre se rapproche le plus possible de la demande du marché. L'OCCO ajuste les contingents nationaux de production pour s'assurer qu'un approvisionnement suffisant d'oeufs soit disponible sur le marché de la table (la consommation au détail) et les transformateurs canadiens.

En vertu de l'Accord général sur les tarifs et le commerce, 0,6 pour cent de la production nationale des années précédentes peut être importée au Canada, compte tenu des permis d'importation régis par le gouvernement fédéral. De plus, le gouvernement a le pouvoir d'émettre des permis supplémentaires, au cours de l'année, en vue de compenser une pénurie saisonnière dans l'approvisionnement national.

**L'approvisionnement**

Malgré une réduction des contingents nationaux au cours de ces dernières années, les producteurs ont réussi, au moyen d'une meilleure utilisation des contingents, d'une réduction de leur temps et d'une

**CLASSEMENTS PROVINCIAUX**



SOURCE: OCCO

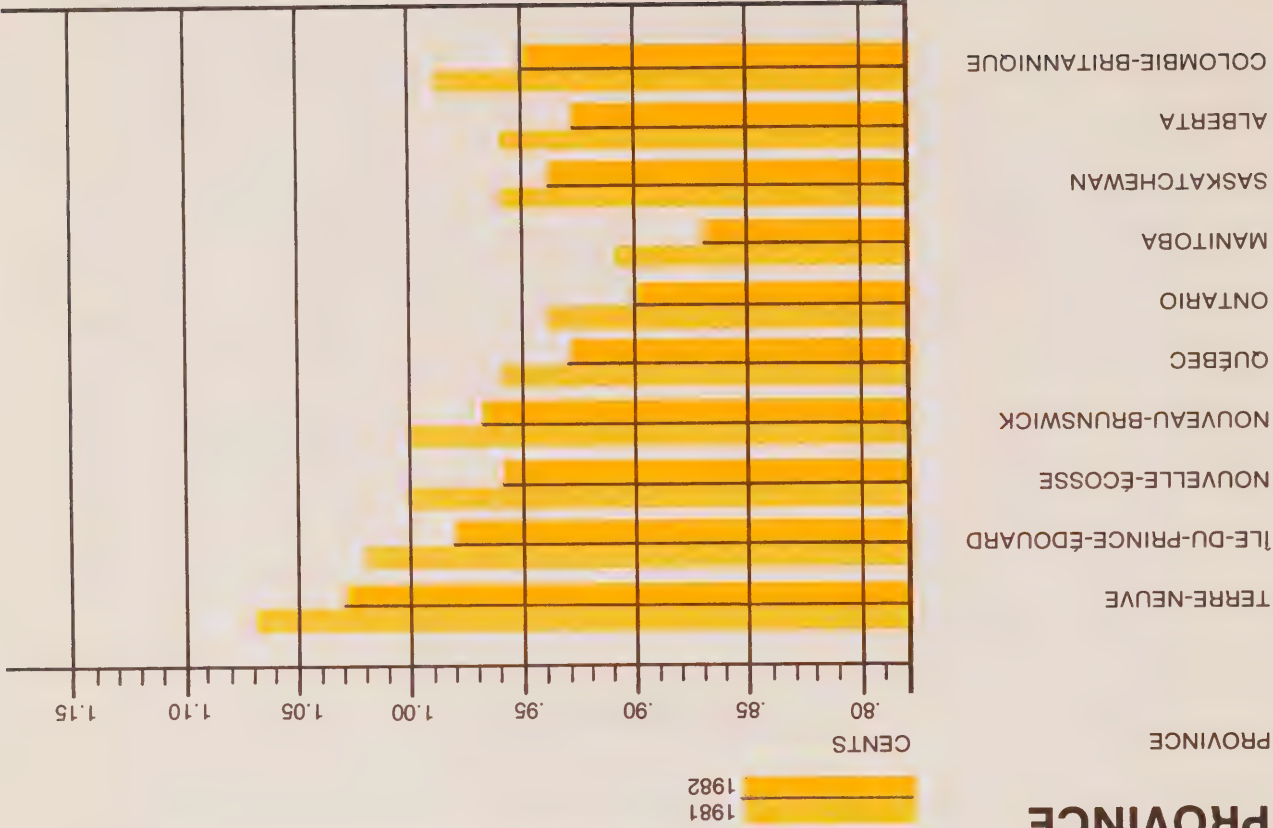
formulées dans le but d'ajuster la formule du coût de production qu'utilise l'OCCO pour établir les prix, la décision de la Commission à savoir que les prix se sont révélés justes reflète clairement les mérites du système.

Il faut se rappeler que l'OCCO établit le prix versé aux producteurs ou le prix payé à la ferme et que ce prix n'influence pas nécessairement les prix de vente au détail. Ceux-ci sont fonction de variables propres au marché local comme les guerres de prix que se sont livrées les supermarchés. La tendance à la hausse ou à la baisse du prix payé par les consommateurs ne suit donc pas toujours celle des prix accordés aux producteurs.

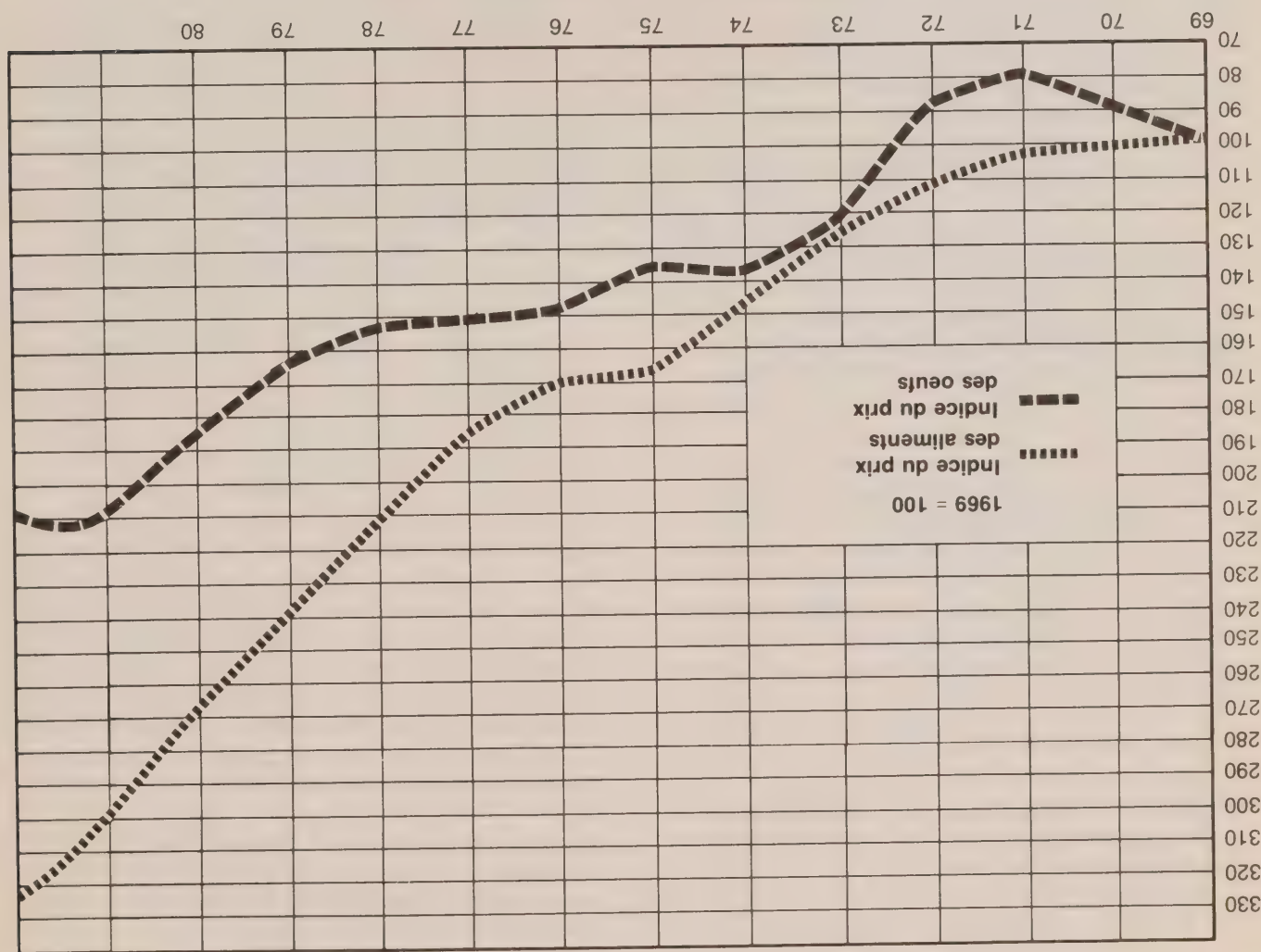
Habituellement, les consommateurs considèrent le prix des oeufs comme acceptable. De fait, selon un sondage entrepris au nom de l'OCCO, 85 pour cent des consommateurs affirment que les oeufs constituent une bonne ou une excellente valeur d'achat.

Cet impressionnant rendement du prix des oeufs par rapport à celui d'autres denrées alimentaires, l'an dernier, justifie l'optimisme avec lequel l'Office envisage l'année 1983. Le mot 'restriction' sera un mot clé dans le cadre du rôle de l'industrie des oeufs dans la récupération économique du Canada.

## CHANGEMENTS DE PRIX DE DÉC. '81 À DÉC. '82 PAR PROVINCE



SOURCE: OCCO



# DONNÉES SUR L'INDEX DES PRIX ANNÉE DE BASE 1969 (c.-à-d. 1969 = 100)

Pourcentage  
d'augmentation

Index du prix  
des oeufs

Pourcentage  
d'augmentation

Index du prix  
des aliments

SOURCE: Division des prix — Statistique Canada

1969	100	—	100	207,5	—
1970	102,3	2,3	90,1	136,6	-9,9
1971	103,4	1,1	79,4	149,2	-11,8
1972	111,3	7,6	86,2	150,8	8,5
1973	127,5	14,6	124,2	153,1	44,1
1974	148,3	16,3	137,6	166,0	10,7
1975	167,4	12,9	149,2	183,4	-0,7
1976	171,9	2,7	150,8	210,3	9,2
1977	186,2	8,4	155,5	210,3	1,1
1978	215,1	15,5	166,0	210,3	1,5
1979	243,4	13,2	183,4	210,3	8,4
1980	269,4	10,7	210,3	210,3	14,7
1981	300,3	11,5	210,3	210,3	-1,3
1982	322,0	7,2	207,5	207,5	—



producteurs agricoles n'y ont pas échappé. La preuve la plus flagrante en est l'augmentation significative de forçions agricoles qui se sont produites dans tous les coins du pays en 1982.

Toutefois, notre secteur n'a pas connu de forçions ou de faillites en 1982. Bien que les producteurs aient pu maintenir leur solvabilité tout au cours de l'année, la Société du crédit agricole rapporte qu'au 1er janvier 1983, 24,3 pour cent de ses comptes actifs dans notre secteur étaient en souffrance. (Analyse de la SCA sur les arrèges de 50\$ ou plus par entreprise principale en rapport à des prêts contractés et approuvés entre le 1er avril 1975 et le 31 mars 1982).

Bien qu'il s'agisse de données beaucoup plus encourageantes que celles retrouvées dans d'autres secteurs agricoles comme l'élevage des moutons où les comptes en souffrance sont de l'ordre de 55,2 pour cent, le boeuf (37,1 pour cent), le porc (37,2 pour cent), les récoltes (31,1 pour cent), elles demeurent au delà de la moyenne pour le secteur avicole habituellement de 23,4 pour cent.

En septembre 1982, suite à une résolution présentée lors de sa réunion, le Conseil d'administration de l'OCCO acceptait d'appuyer le programme restrictif des 6 et 5 pour cent. Pour l'Office qui a toujours fait preuve de grandes réserves, il ne s'agissait pas là d'une attitude entièrement nouvelle. En fin d'année, le prix versé aux producteurs pour ses oeufs était à son plus bas niveau depuis deux ans. La comparaison du prix des oeufs au cours des dix dernières années à l'indice du prix des consommateurs démontre que la performance des oeufs s'est toujours révélée supérieure à celle de la plupart des composantes de l'Indice.

La principale conclusion de l'enquête fédérale tenue en 1982 sur la formule du coût de production de l'OCCO ne fait que réitérer la préoccupation de l'Office quant aux prix. Dans son rapport au Conseil national de commercialisation des produits agricoles, la Commission de cinq membres soutient que les prix

## Rendement en 1982

se sont révélés à la fois "raisonnables" pour les producteurs et les consommateurs. Dans un cadre économique aussi sévère que celui d'aujourd'hui, les oeufs demeurent une source protéique complète que les consommateurs canadiens peuvent se procurer à bon marché.

Au cours des premiers mois de l'année, les prix des oeufs ont connu une baisse marginale; au printemps, ils se sont révélés plus stables avant de revenir à la hausse durant la saison estivale. Ensuite, les prix ont recommencé à baisser pour atteindre un bas sans précédent au cours du dernier trimestre. Entre septembre et décembre, les prix ont tombé de six cents dans chaque province.

Des coûts inférieurs pour la moule ont suscité cette baisse commençant en janvier. En février, les prix étaient les mêmes mais des rendements moindres aux producteurs, suite à la chute des taux d'intérêt, ont donné lieu à une reprise de la tendance à la baisse en mars et ce, malgré des coûts légèrement plus élevés pour les poulettes et la main-d'oeuvre.

Au début de l'été, les coûts de la moule se sont accrus comme ce fut le cas de ceux des poulettes; ainsi, la baisse du prix des oeufs s'est légèrement amoindrie pour même céder à une hausse modérée. En septembre, bien que les prix de la moule aient recommencé à baisser, l'augmentation des composantes de la main-d'oeuvre et de la conversion à la catégorie A-Gros a prévenu une baisse du prix des oeufs.

À mesure que les prix de la moule déclinaient davantage à l'automne, des récoltes de grain sans précédent et une autre baisse des taux d'intérêt ont déclenché la dégringolade du prix des oeufs qui a été quelque peu ralentie par une croissance des coûts de la main-d'oeuvre.

En décembre, fin de l'exercice financier de 1982, le dernier prix des oeufs était à son plus bas depuis deux ans.

La Commission d'enquête a bien tenu compte de ce rendement du prix des oeufs dans son rapport au CNCPA. Bien que certaines recommandations étaient

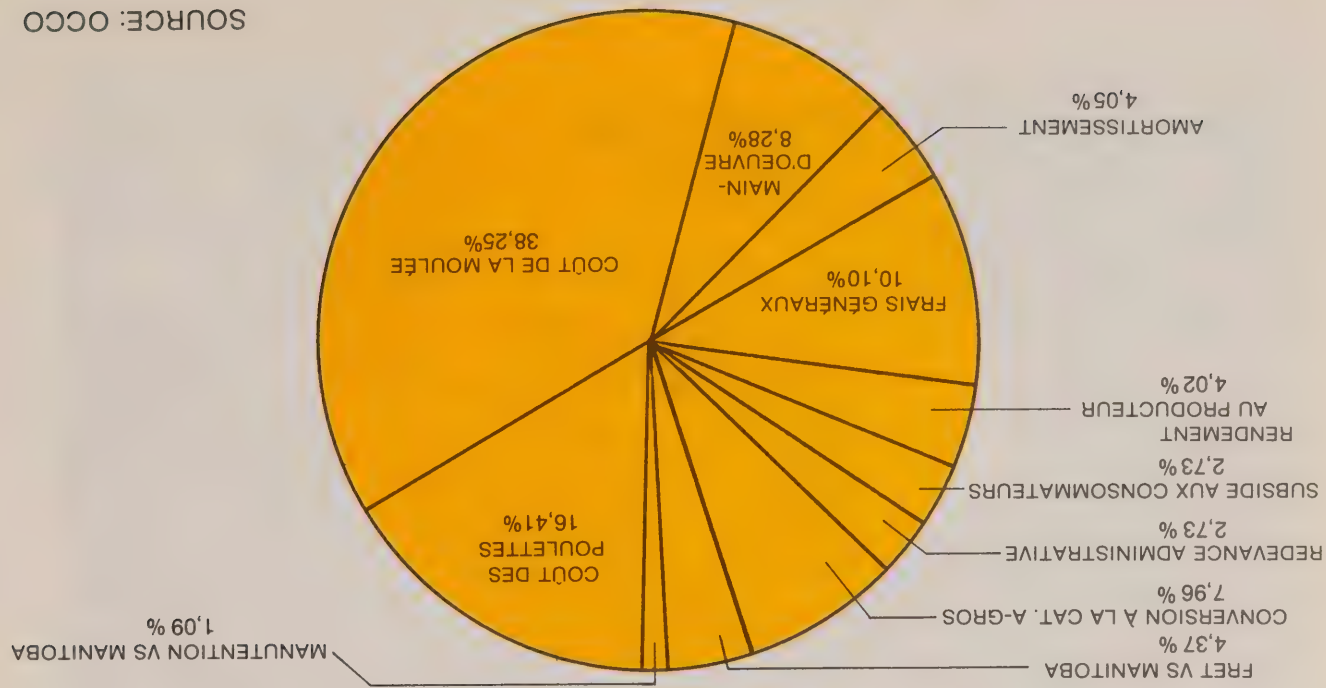
Le mandat

Conformément à son mandat, l'Office canadien de commercialisation des oeufs doit garantir aux producteurs d'oeufs un prix qui leur permet de récupérer leurs coûts de production à la ferme en plus de toucher un profit raisonnable. L'Office doit aussi assurer aux consommateurs un approvisionnement de produit de bonne qualité à un prix qui soit également raisonnable.

Lorsqu'il établit le prix des oeufs de catégorie A-Gros, l'Office utilise une formule relativement simple du coût de production grâce à laquelle il évalue, selon des sondages bien connus sur place et des mises à jour mensuelles ou trimestrielles, les déboursés comptants de chaque province, soit la moule, les poulettes et la main-d'oeuvre, ainsi que les coûts en capitaux à l'échelle nationale comme l'amortissement et les frais généraux. Au résultat ainsi obtenu, on ajoute le rendement au producteur, les redevances, la conversion à la catégorie A-Gros et les coûts du fret

IMPACT RELATIF DES INTRANTS SUR LE PRIX AUX PRODUCTEURS

(SELON LE PRIX VERSÉ AUX PRODUCTEURS DE L'ONTARIO EN DÉCEMBRE 1982)



Restrictions

et de la manutention pour obtenir enfin le prix versé aux producteurs de chaque province pour leurs oeufs de calibre gros. C'est au début de chaque mois que se déroule cet exercice.

Le prix des oeufs d'autres calibres mais de catégorie A est recommandé par l'OCCO aux offices provinciaux. L'Office appuie sa recommandation sur les niveaux d'excédents, la production par calibre et les ventes prévues de produit destiné à la table. Les prix versés aux producteurs pour les autres calibres d'oeufs peuvent changer plus souvent que ceux des oeufs de catégorie A-Gros.

Le prix aux producteurs pour les oeufs de catégories autres que la catégorie A relèvent des offices provinciaux de commercialisation.

L'inflation est venue s'abattre et ravager l'économie mondiale. Pour leur part, le Canada et la majorité des



commercialisation des oeufs se sont heurtées à des marchés difficiles.

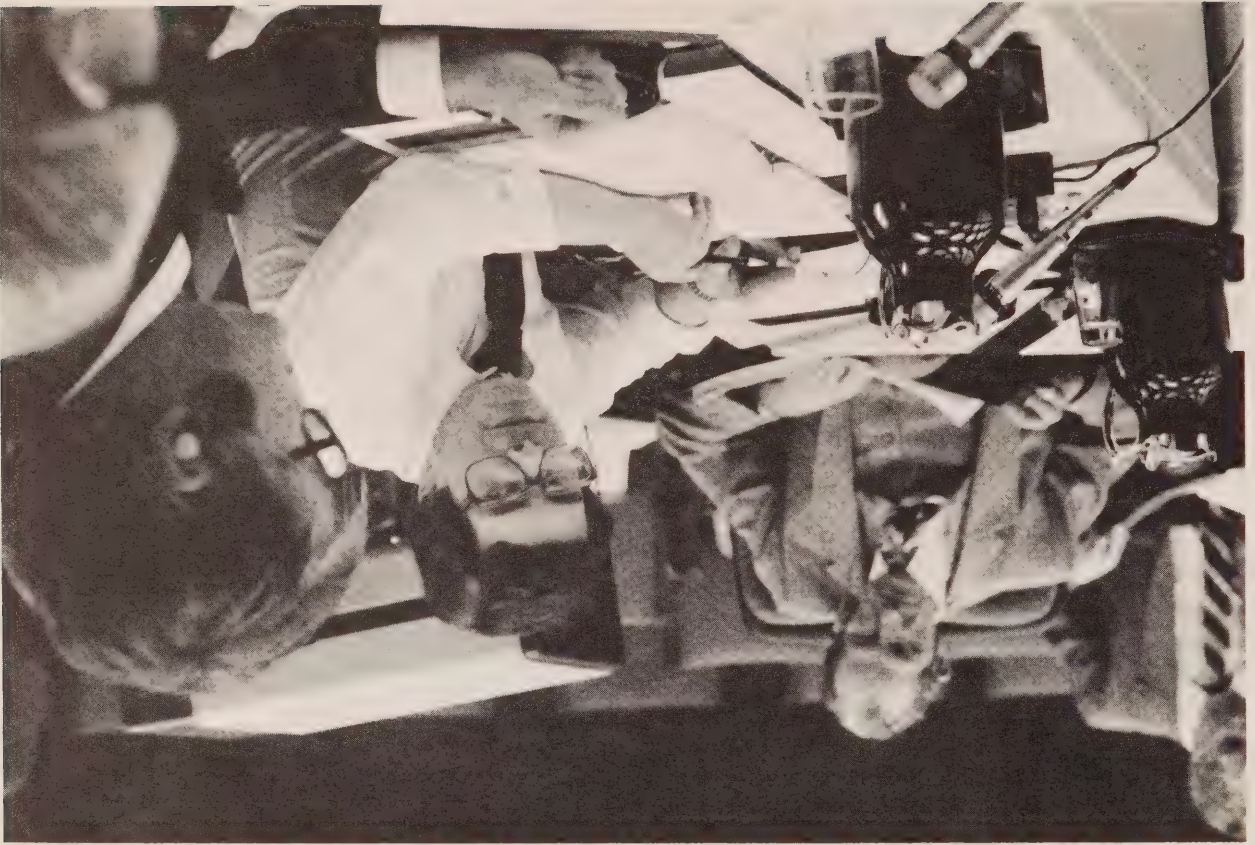
En vertu du système national de gestion des approvisionnements appliqué par l'Office, les producteurs assument le coût total des exportations. Bien que le changement au système de deux comptes en 1982 rende difficile toute comparaison avec les années précédentes, il est clair que la réduction des quantités d'excédents à exporter a allégé le fardeau financier des producteurs canadiens.

L'année 1982 a été marquée d'une amélioration continue des mandats de l'Office. Il est vrai que les prix versés aux producteurs ont baissé, mais ils ont suivi la baisse de leurs coûts. Une autre Commission fédérale d'enquête sur le prix des oeufs a constaté, une fois de plus, que le prix déterminé par l'OCCO

était juste et raisonnable à la fois pour le consommateur et le producteur. Un raffermissement de la demande et un approvisionnement constant donnent lieu à des quantités moins élevées d'excédents.

En 1983, l'Office devra relever de nombreux autres nouveaux défis. Sans le concours soutenu et inlassable d'un Conseil d'administration et d'un personnel dévoués, les défis de demain seraient pratiquement insurmontables. Je profite donc de cette occasion pour vous remercier de cet appui.

Jean Brassard,  
Directeur général  
Ottawa, le 22 mars 1983



Au cours de l'année 1982, les approvisionnement locaux d'oeufs ont connu une augmentation marginale, la demande s'est élevée de façon dramatique, les excédents ont diminué de presque 21 pour cent et les prix versés aux producteurs en fin d'année étaient les plus bas depuis deux ans.

L'Office canadien de commercialisation des oeufs doit s'acquitter de trois fonctions essentielles au sein de l'industrie canadienne des oeufs:

- établir le prix versé au producteur pour les oeufs de catégorie A-Gros;
- ajuster l'approvisionnement national de sorte à répondre à la demande prévue;
- écouler et disposer les oeufs excédant les besoins locaux de la table et de la transformation.

En 1982, le mandat visant à établir le prix versé au producteur a été source de préoccupation pour l'Office. La mise à jour du coût de production de 1981 entrait en vigueur en mars. Au cours de l'été, l'organisme gouvernemental régissant nos activités a convoqué des audiances publiques sur la méthode de calcul qu'utilisait l'Office pour établir le prix versé aux producteurs. Vers la fin de l'été, l'OCCO adoptait une résolution appuyant le programme restrictif du gouvernement fédéral. L'année entière fut consacrée à la conciliation des besoins des diverses régions du pays pour un système d'établissement de prix équitables permettant un mouvement naturel des oeufs entre les régions excédentaires et déficitaires. Enfin, les mois d'automne ont été réservés à l'étude des conclusions de la Commission d'enquête sur le coût de production.

Bien que l'Office se soit préoccupé des prix versés aux producteurs, les prix à la ferme ont diminué au cours de la première moitié de l'année, augmenté au cours du troisième trimestre et baissé de nouveau au cours du quatrième trimestre. En décembre 1982, le prix moyen pondéré versé au producteur était inférieur à celui de janvier.

La situation, en ce qui touche l'offre et la demande, s'est améliorée de façon marquée en 1982. L'approvisionnement national, composé des classements locaux et d'oeufs importés, avait augmenté de 0,69 pour cent à la fin de l'année. Les importations se sont chiffrées à 1,79 pour cent de l'approvisionnement national total, soit plus que les



Jean Brassard, Directeur général

0,6 pour cent indiqués par la GATT. En 1982, les approvisionnements locaux sont demeurés adéquats pour tous les calibres d'oeufs, dans toutes les régions du pays. Aucun ajustement des approvisionnements, autres que ceux commencés en 1981, n'a été requis.

La demande a connu de fortes améliorations tout au cours de l'année, particulièrement au premier trimestre. À la fin de l'année 1982, alors que la demande des transformateurs avait diminué de 5,68 pour cent, la consommation totale était de 3,72 pour cent supérieure à celle de 1981. C'était au moins la sixième année consécutive que se manifestait une augmentation de la consommation nationale. Les Canadiens continuent donc à se tourner vers l'une des sources protéiques complètes les moins dispendieuses en période de difficulté économique.

Comparativement à 1981, l'approvisionnement constant et une demande plus forte ont donné lieu à moins d'excédents. Ces excédents — qui sont une obligation sur un marché caractérisé par une demande saisonnière marquée et une production uniforme — ont été inférieurs de 20,87 pour cent à ceux de 1981. Des oeufs excédentaires ont été exportés vers des marchés troubles en 1982. Au cours de l'année, nous avons été témoins d'un resserrément des marchés mondiaux, de pratiques commerciales restrictives, d'approvisionnements mondiaux abondants et d'une baisse des prix de par le monde. Pour ces raisons, les exportations de l'Office canadien de



titre fier de cette performance. Nous avons connu une période de restriction, mais aucun producteur n'en a souffert outre mesure.

L'OCCO a également servi les intérêts des consommateurs canadiens. Les oeufs comptent toujours parmi les meilleures valeurs alimentaires que l'on puisse se procurer et les consommateurs se sont tournés, en 1982, vers cette source de protéines à bon marché à un rythme de 3,72 pour cent plus élevé que l'année précédente. Presque 85 pour cent des consommateurs qui ont répondu à un sondage de l'Office ont indiqué que les oeufs représentaient une bonne ou une excellente valeur pour leur argent.

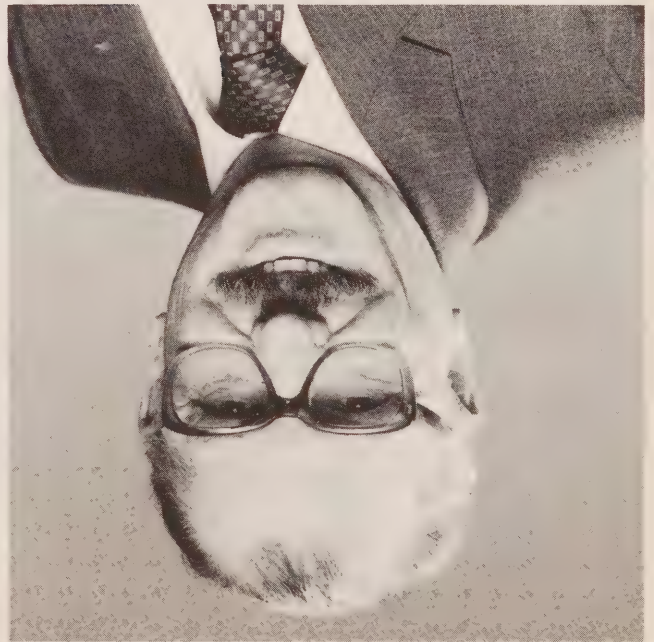
Devant de tels résultats, je puis, sans aucun risque de me tromper, affirmer que l'Office canadien de commercialisation des oeufs a relevé avec succès le défi qui lui était posé il y a dix ans. Forts de la collaboration des gouvernements fédéral et provinciaux de notre pays, nous saurons relever les défis qui nous attendent au cours de cette deuxième décennie qui s'amorce avec la même vigueur et la même détermination que pendant ces dix premières années.

Sincèrement,



Harold Crossman,  
Président

Ottawa, le 22 mars 1983



Harold Crossman, Président

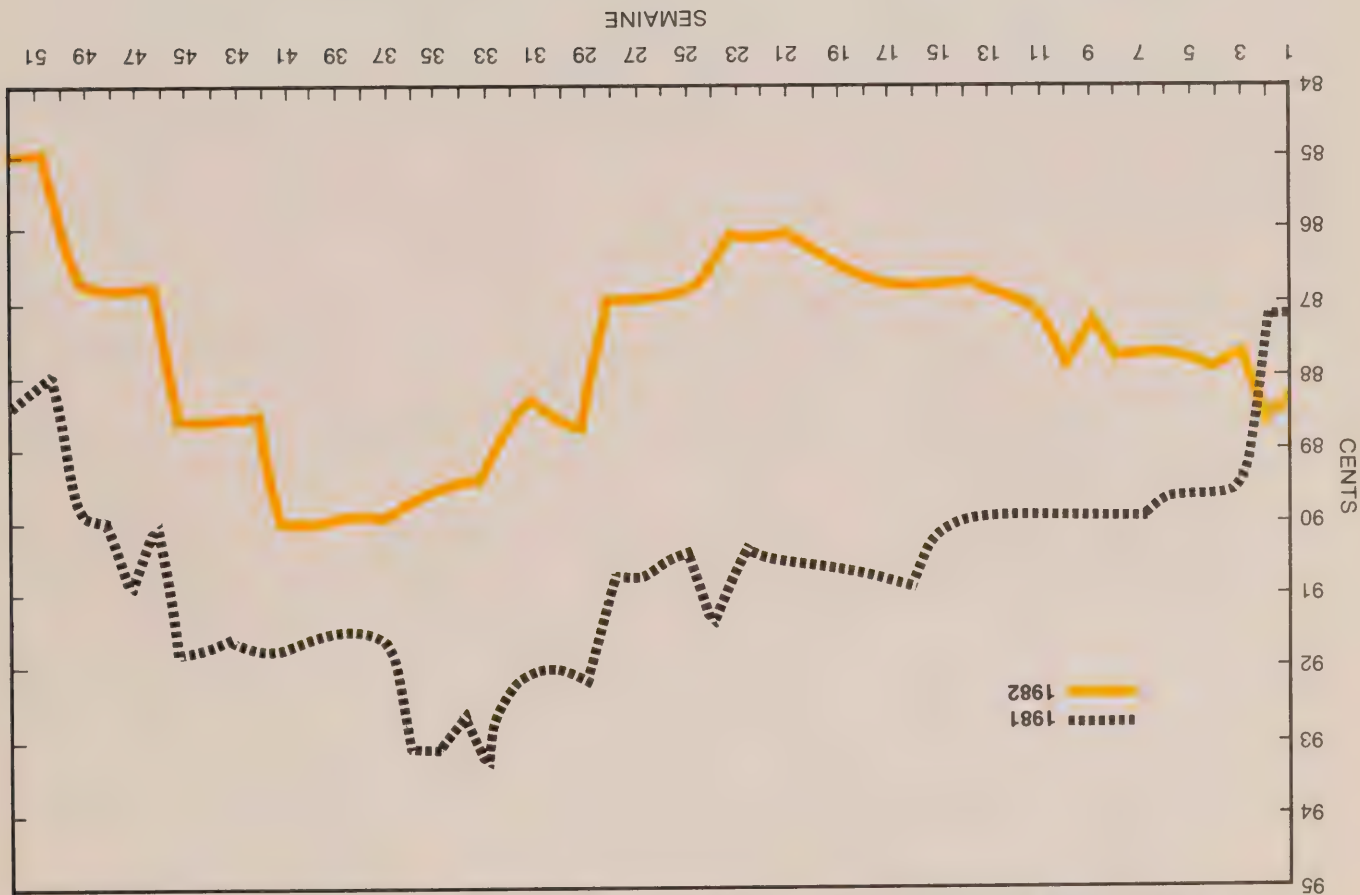
L'Honorable Eugene Whelan, Ministre de l'Agriculture  
Messieurs les députés  
Producteurs et consommateurs du Canada

C'est avec une fierté à peine dissimulée que je vous présente aujourd'hui le dixième rapport annuel de l'Office canadien de commercialisation des oeufs.

Il y a dix ans, nous acceptions de relever un défi nouveau, un défi qui n'avait jamais encore été relevé dans l'histoire de l'agriculture au Canada. Il est vrai qu'il existait des offices de commercialisation avant la création de l'OCCO, mais ils ne possédaient pas les mêmes pouvoirs ni les mêmes responsabilités qui furent confiés à notre Office. C'est là que se trouvait le défi.

Au cours de cette période de dix années, depuis que le gouvernement du Canada a adopté le projet de loi donnant vie à l'OCCO, l'industrie canadienne des oeufs a été rayée de la liste des malades chroniques pour devenir l'un des secteurs les plus sains de l'agriculture. De fait, même si les prix versés aux producteurs ont été les plus bas depuis deux ans, aucun n'a fait faillite en 1982. L'OCCO est à juste

# PRIX MOYEN PONDÉRÉ VERSÉ AUX PRODUCTEURS CANADIENS

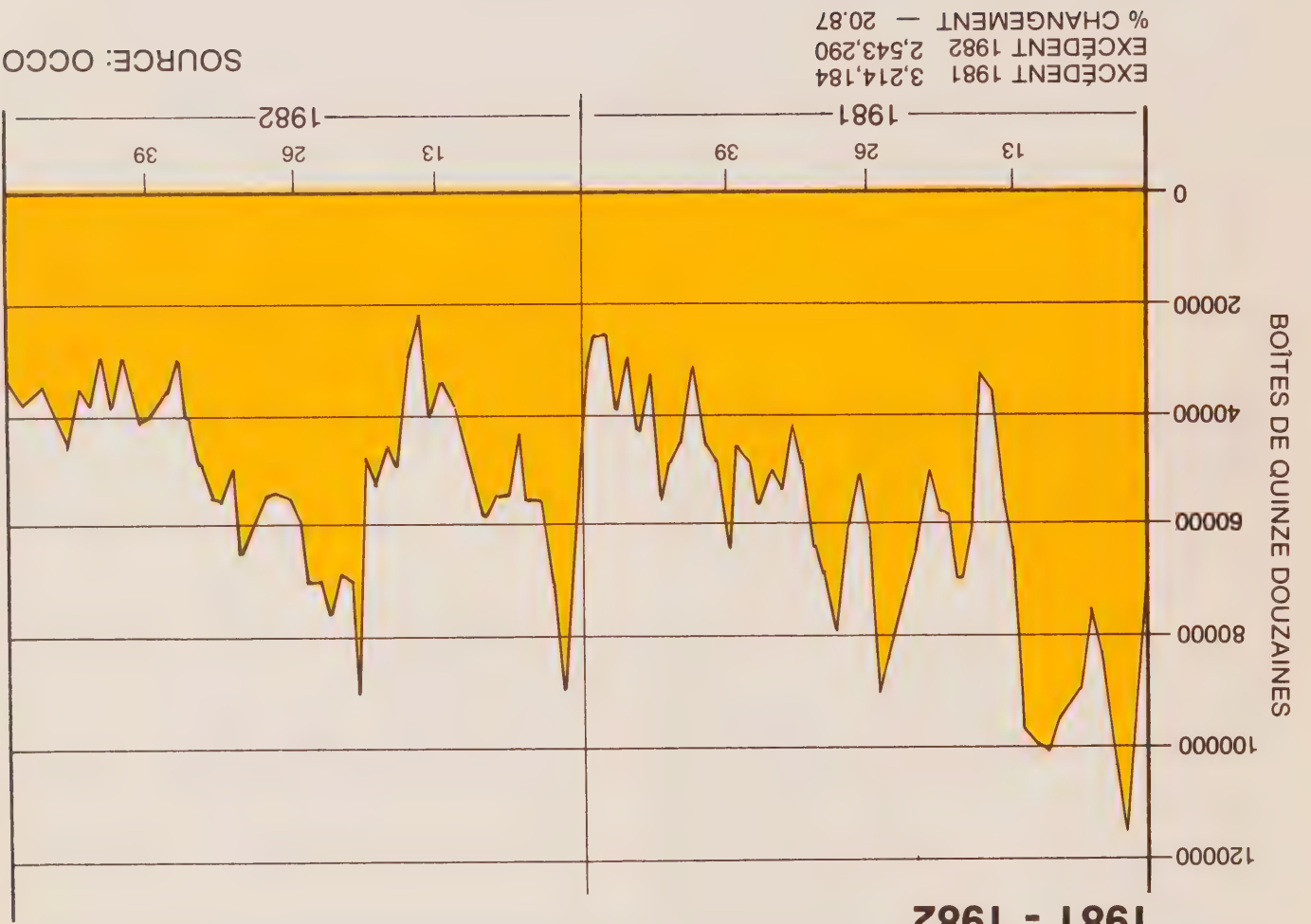


## ASPECTS ADMINISTRATIFS DE L'OCOCO

Compte D'Administration	Compte National	Compte D'Exportation
Actif	\$2,259,190	\$5,172,252
Passif	402,778	1,993,700
Solde du fonds	1,856,412	3,178,552 (1,481,433)
Résultats des opérations	496,691	74,085
		3,752,078

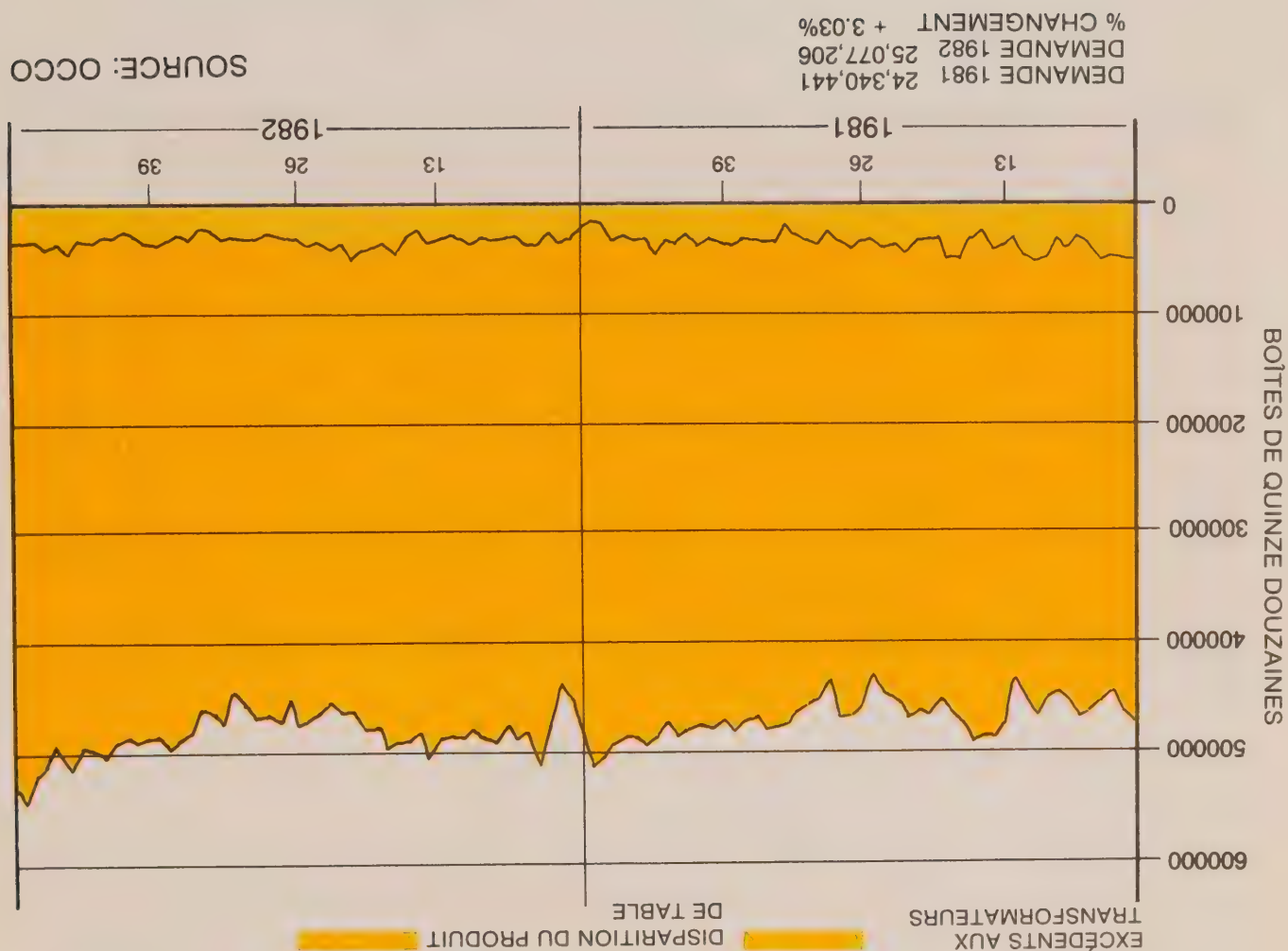
# TOTAL DES EXCÉDENTS HEBDOMADAIRES

1981 - 1982

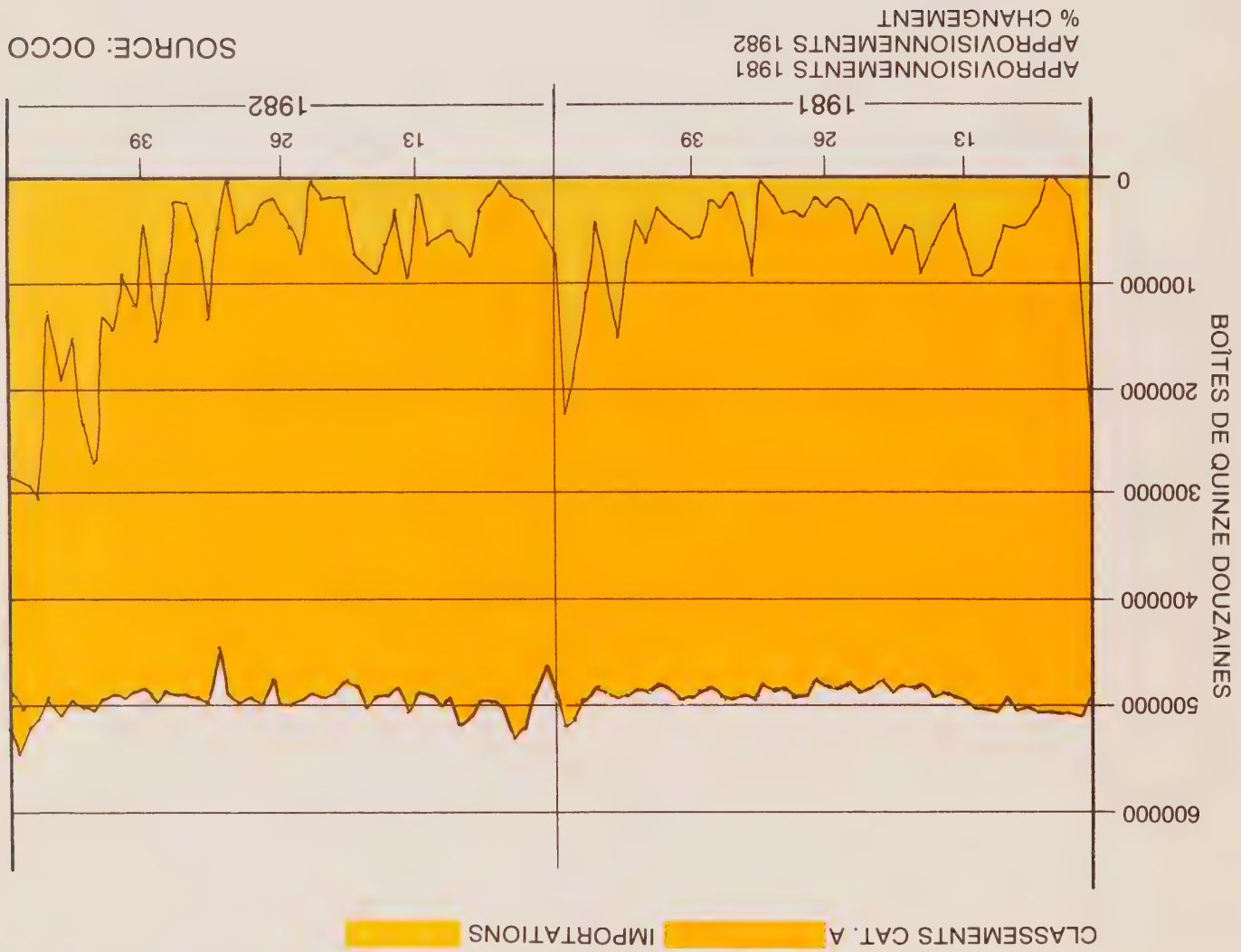




# DEMANDE HEBDOMADAIRE TOTALE 1981 - 1982



APPROVISIONNEMENT HEBDOMADAIRE TOTAL  
1981 - 1982



SOURCE: OCCO

## Comité exécutif

Harold Crossman	— Président
Don Newcombe	— Vice-président,
Floyd Van Slyke	Nouvelle-Ecosse
	— Deuxième vice-président,
Doreen Thomas	Alberta
	— Directeur en province
Stan Steen	— Ontario

## Membres

Scott Simmons	— Terre-Neuve
Lorne MacNeill	— Ile-du-Prince-Édouard
Don Hicks	— Nouveau-Brunswick
Chislain Cloutier	— Québec
John Unger	— Manitoba
Ted Wiens	— Saskatchewan
Walter Dyck	— Colombie-Britannique

L'Office canadien de commercialisation des oeufs est un organisme statutaire, ayant son siège social à Ottawa, chargé, en vertu d'une loi fédérale, de réglementer l'approvisionnement des oeufs au Canada, d'établir le prix versé aux producteurs et d'écouler les oeufs en excédent. L'OCCO exerce ses pouvoirs de concert avec les offices provinciaux de producteurs de denrées alimentaires. L'Office a été créé en vertu d'une Proclamation du Gouverneur en Conseil le 12 décembre 1972.

## Mandat



Dixième rapport annuel  
de  
l'Office canadien de  
commercialisation des oeufs

présenté  
au ministre de l'Agriculture  
l'honorable Eugene Whelan

au Conseil national de commercialisation  
des produits agricoles

et

à la Dixième conférence annuelle des producteurs

le mardi, 22 mars, 1983  
Ottawa, Canada

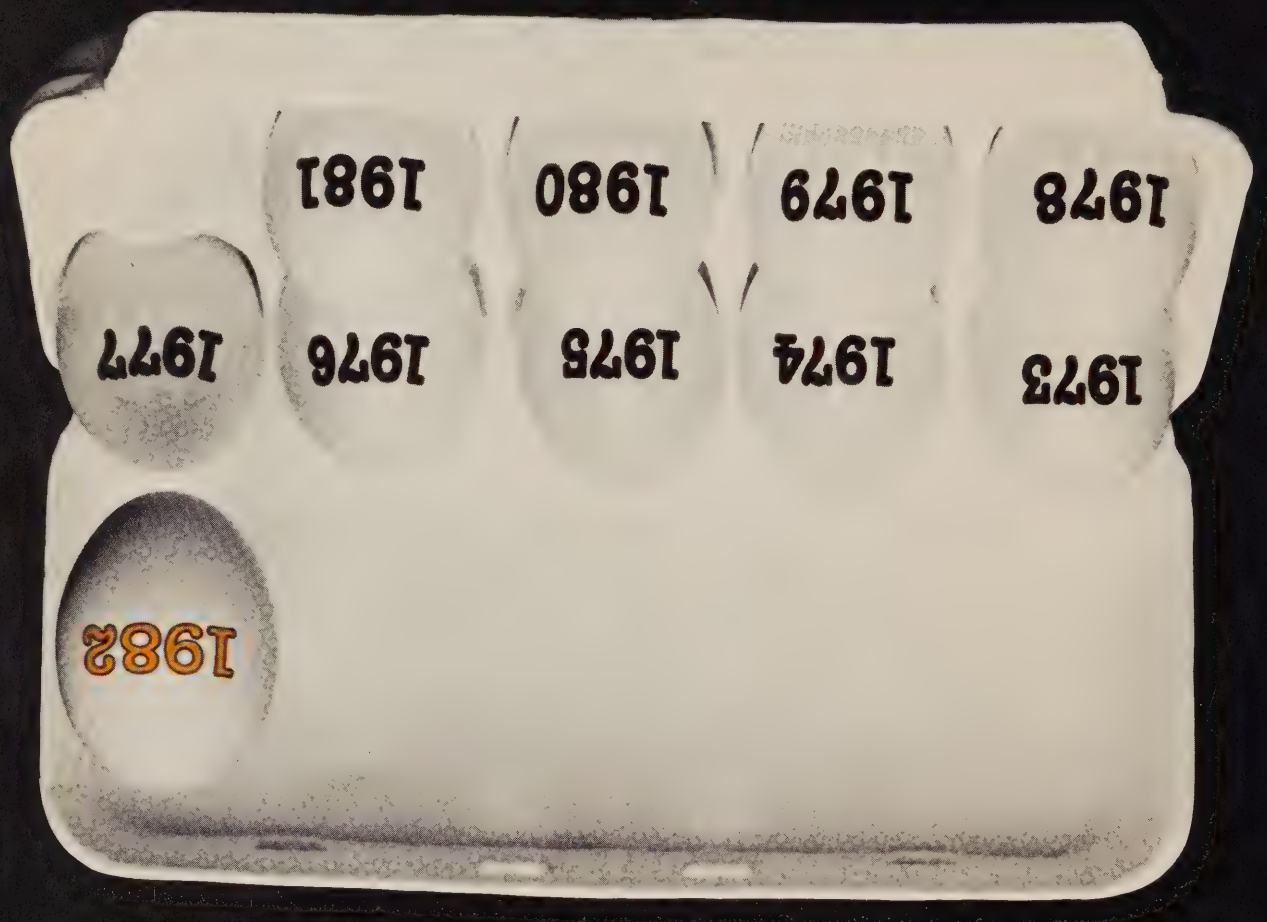


CONSEIL D'ADMINISTRATION DE L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS - 1982

(De gauche à droite) Stan Steen (Ont.), Don Newcombe (N.-E.), Harold Crossman (Président), Doreen Thomas (Directeur en province), Floyd Van Slyke (Alb.)  
(À l'arrière) Jean Brassard (Directeur général), Don Hicks (N.-B.), Ted Wiens (Sask.), Walter Dyck (C.-B.), Scott Simmons (T.-N.), Ghislain Cloutier (Qué.), John Unger (Man.), Lorne MacNeill (I.-P.-É.).

**l'Office canadien de  
commercialisation des oeufs**

**1982**





# CANADIAN EGG MARKETING AGENCY 1983

CA1  
DB55  
-R26







***Board of Directors of the Canadian Egg Marketing Agency — 1983***

*Front Row (From left to right)*

*Ghislain Cloutier (Que.), Don Newcombe (N.S.), Harold Crossman (Chairman), Doreen Thomas (Director-at-large), Floyd Van Slyke (Alta.), Scott Simmons (Nfld.)*

*Back Row*

*Jean Brassard (General Manager), Lorne MacNeill (P.E.I.), Don Hicks (N.B.), Ted Wiens (Sask.), Bill Scott (Ont.), John Unger (Man.), Walter Dyck (B.C.)*

---

**11TH ANNUAL REPORT  
OF THE  
CANADIAN  
EGG MARKETING AGENCY**

for presentation to  
The Minister of Agriculture  
The Honourable Eugene Whelan

The National Farm Products Marketing Council  
and the 11th Annual Producers' Conference

Tuesday, March 20, 1984  
Ottawa, Canada

---



# CORPORATE STATEMENT

2

The Canadian Egg Marketing Agency (CEMA) is a statutory corporation charged under federal legislation — the Farm Products Marketing Agencies Act — and a federal/provincial agreement to:

- establish the farmgate price of eggs;
- regulate national supplies;
- remove surplus eggs from domestic markets;
- and encourage consumption of eggs.

The agency is run by a 12-member board of directors. Ten members are producer-elected representatives, one from each province, and the other two positions on the board, the chairman and a consumer representative, are appointees of the federal government. CEMA's activities are monitored by the federal government's National Farm Products Marketing Council.

CEMA is funded by levies paid by producers and consumers on each dozen eggs marketed; it receives no money from Canadian taxpayers.

The agency was established in 1972 following a period of extreme egg price fluctuations during which the egg industry teetered on the edge of collapse. Hard-pressed producers appealed to the federal government to create a national agency to regulate the marketplace.

After public hearings across the country and a national plebiscite of egg producers, the NFPMC concluded that the majority of producers supported such an agency and that it would also serve the public interest.

Permission to form the agency was granted and the Comprehensive Marketing Plan for eggs was signed by federal and provincial officials and producer representatives.

In 1975, CEMA introduced a central pricing system based on a cost of production formula that returned to the average producer his cost of production plus a reasonable profit over time. The system is based on an independent cost survey that is updated regularly.

CEMA regulates production by allocating provincial market shares, commonly called quota. The provincial marketing boards distribute this quota to individual farmers.

Seasonal variances in market demand for eggs generate periods of surplus supplies. While surpluses of some commodities can be cleared by lowering prices, basic commodities, such as eggs, often display what economists call "price inelasticity." A change in price has relatively little effect on demand. The inelastic demand for eggs makes dropping egg prices an unworkable method of clearing surplus product.

CEMA removes surplus eggs from domestic markets on a weekly basis, directing them to areas of short supply elsewhere in the country, to the Canadian processing industry or to export buyers.

The agency also works to stimulate egg consumption through its advertising and promotion programs.



# LETTER OF TRANSMITTAL

Hon. Eugene Whelan,  
Minister of Agriculture  
Members of Parliament  
Producers and Consumers of Canada

At this time last year, it appeared likely that the Canadian egg industry was about to enjoy one of its finest years ever. After a decade of supply management, the industry had recovered from the brink of financial collapse and was one of the most robust sectors in the otherwise hard-pressed Canadian farm economy.

As we entered 1983, supplies were comfortably in line with domestic demand and the surplus situation had never been better. Consumption had grown by 3.72 per cent in 1982, a dramatic increase by our industry's standards. There was every indication that these favourable market trends would continue through the year.

Regrettably, they did not. Even though there was no increase in production quota, supplies jumped, outstripping only modest gains in demand, and swelling surplus stocks. Unable to market these eggs in Canada, we were forced to sell in the international marketplace at prices well below the cost of production.

If there is anything positive to be found in the events of the past year, it lies in the steps taken by egg producers to put their own house back in order.

Given the responsibility by the people of Canada to regulate their own industry, egg producers have demonstrated in the past that they also accept the enormous obligations that go hand-in-hand with that responsibility. They have always run the national egg marketing system fairly and with due regard to the consumer.

In 1983, producers responded to the problems created by over-supply by bearing the brunt of tough measures needed to restore equilibrium to the market. They did not appeal to taxpayers or consumers to bail them out. Instead, they are doing it themselves.

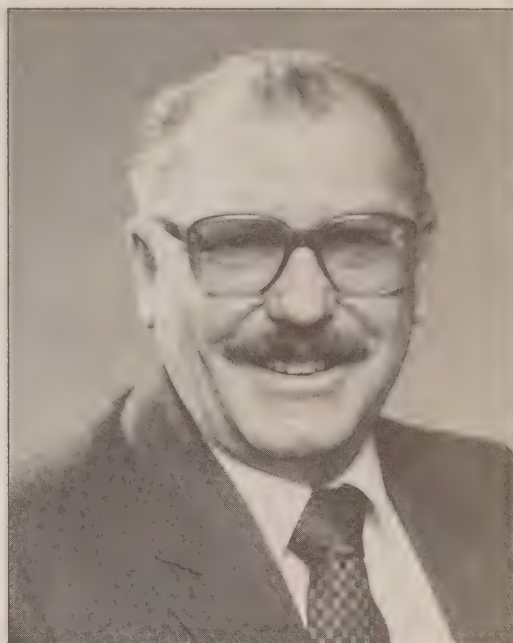
By the end of the year, the situation had already begun to turn around. I am confident that with the continued support of the federal and provincial governments, the egg industry will bounce back in 1984.

Sincerely yours,



Harold Crossman  
Chairman

Ottawa, March 20, 1984



HAROLD CROSSMAN  
Chairman

“

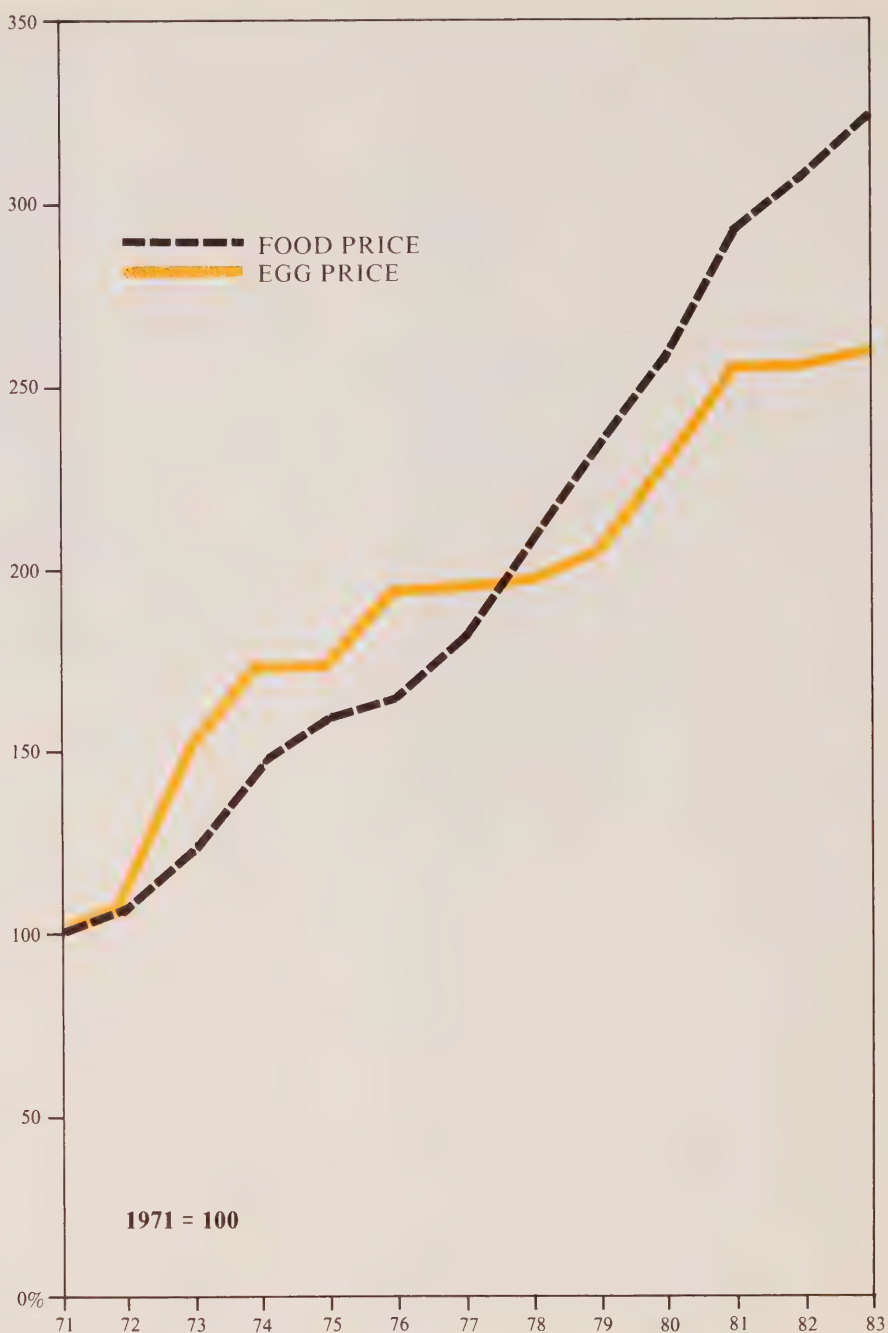
*If there is anything positive,  
it lies in the steps taken by  
egg producers to put their own  
house back in order.*

”

# CORPORATE HIGHLIGHTS

4

## PRICES INDICES 1971-1983

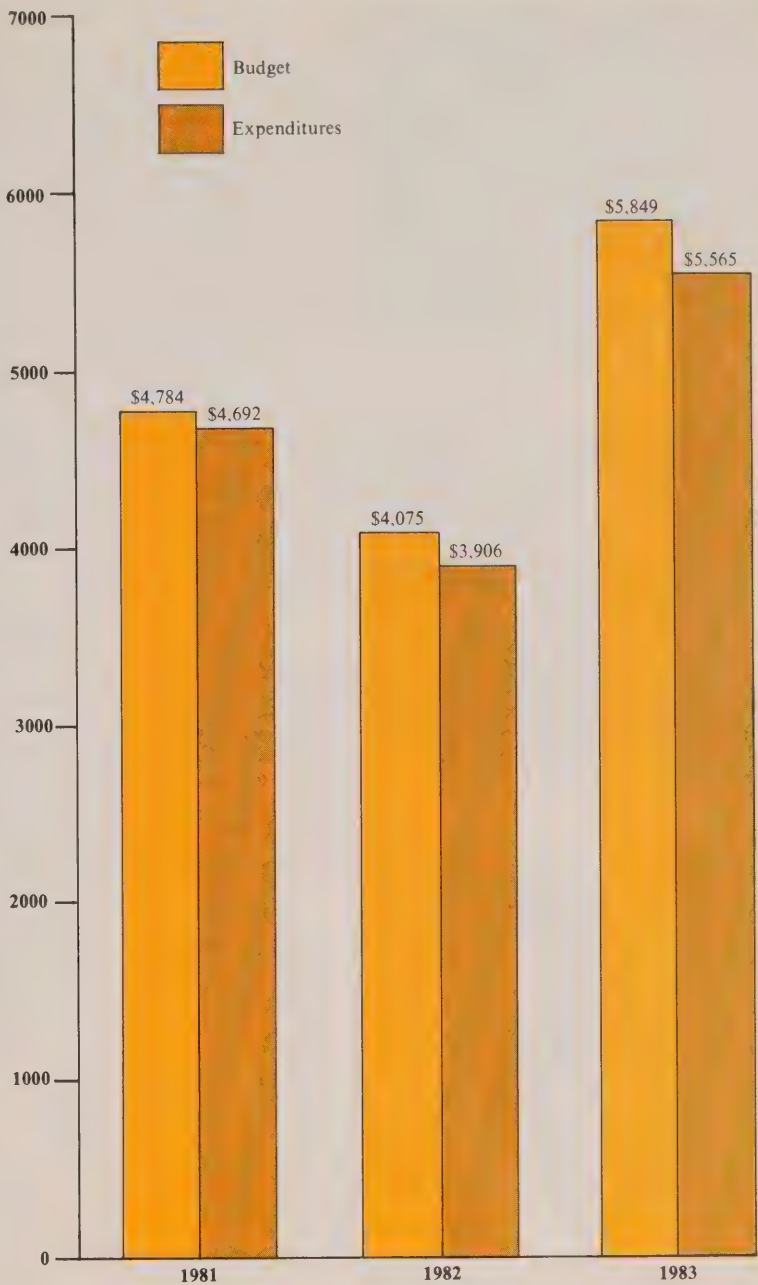


Source: CEMA



# BUDGET AND EXPENDITURES 1981-1983

CEMA  
BUDGET &  
EXPENDITURES  
1981 — 1983  
(\$000)



*\* Does not include uncollectable levies*

Source: CEMA

# BOARD REPORT

6

*The following report is not a chronological review of motions passed by the board of directors in 1983 but rather an account of the issues that confronted the egg industry in that often difficult, sometimes turbulent year.*

## Price Freeze

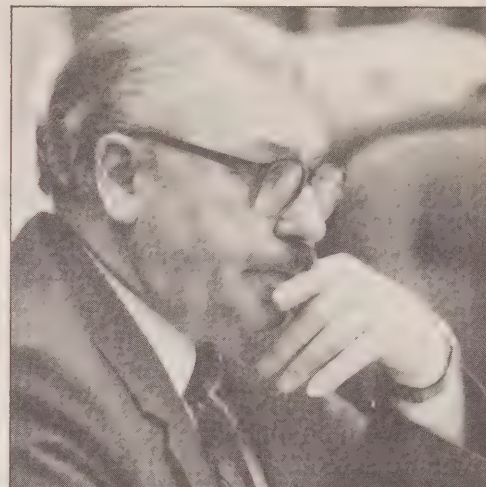
Formula pricing was suspended for almost two months in 1983 when escalating feed costs drove the price of Grade A large eggs beyond the 6-and-5 guidelines of the federal restraint program. During this price freeze, a four-cent increase dictated by the cost of production formula in September was rolled back by two cents at the request of the government. A further two-cent increase in October was also postponed.

Subsequently, the federal cabinet, after reviewing the application of the 6-and-5 program to egg prices, concluded that the government could not unilaterally impose restraint guidelines because of pricing agreements it had signed with the provinces and egg producers.

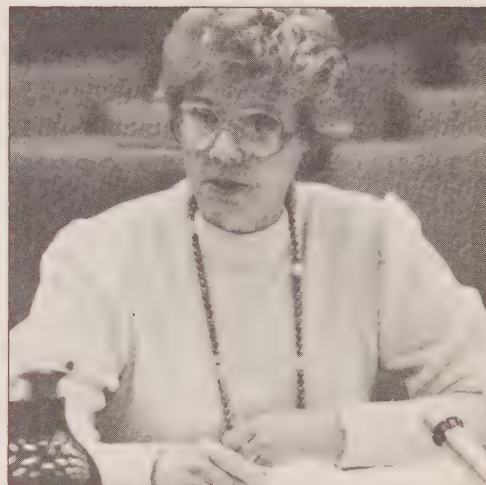
After announcing its decision, the cabinet requested that CEMA seek support from the provincial egg boards for continuing the freeze on egg prices. In seeking that support, the agency was told by the boards that it was unreasonable for the government to expect producers to hold back prices when there was no similar restraints on their costs.

CEMA raised the price of Grade A large eggs by two cents Oct. 31, the first in a series of steps that saw the full return of formula pricing by the conclusion of the year.

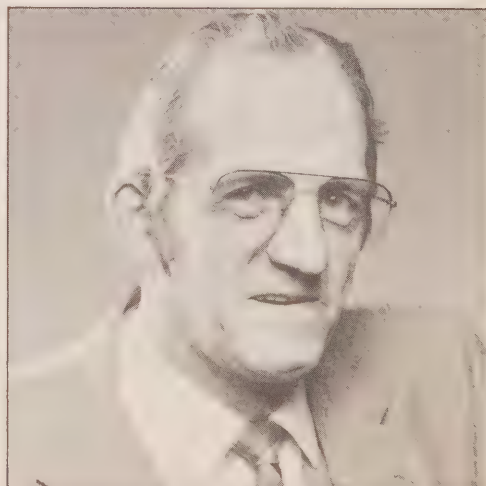
In its final meeting of 1983, the board of directors agreed Dec. 14 to increase the price of Grade A large eggs by one cent in February and maintain that increase until the \$1.9 million dollar loss suffered by producers during the freeze had been recovered.



**HAROLD CROSSMAN**  
*Chairman*



**DOREEN THOMAS**  
*Director-at-large*



**DON NEWCOMBE**  
*Vice-Chairman (N.S.)*

# BOARD REPORT

## Labour costs

In January, CEMA increased the producer price of a dozen Grade A large eggs by one cent to provide producers with a labour rate comparable to that paid in other sectors of the economy. This one-cent increase was intended to bridge the gap between disparate wages until a study could be conducted to determine an equitable labour rate for egg producers.

At the time of the increase, CEMA believed its actions were sanctioned by the National Farm Products Marketing Council. However, after the price increase was announced, the change to the labour rate was challenged by Council.

Following a meeting with Agriculture Minister Eugene Whelan, the January increase was permitted to stand but at the Minister's request, subsequent one-cent increases in the labour rate scheduled for February and March were postponed.

CEMA immediately began a joint-study with Council into the labour component of the price-setting formula. After considerable negotiations among executives of both the agency and Council, a schedule for labour rates was agreed upon in August and incorporated into the pricing formula in September.

At the same time, there were also adjustments to the formula for capital cost allowances and the calculation of interest rates chargeable. These changes were recommended following Council's 1982 inquiry into the cost of production formula.

## Pricing proposal rejected despite support

After a 1982 report on egg pricing by the National Farm Products Marketing Council called for an overhaul of the pricing system, CEMA developed a pricing proposal that would allow eggs to move interprovincially without creating price distortions that encourage an excess flow of product.

The pricing proposal incorporating unweighted provincial cost factors in a two-region system rather than the present national averaging, featured provincial costs of production and variable buy-back prices for surpluses based on the differences in freight and transportation charges between provinces.

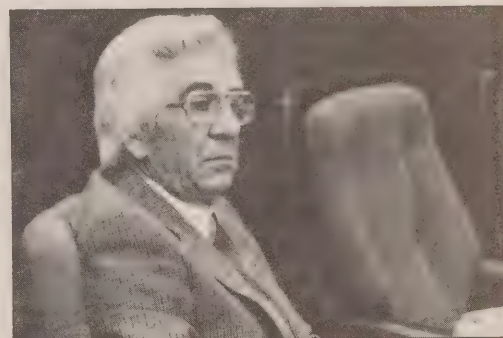
The proposal was presented May 26 to the signatories of the federal-provincial agreement for marketing eggs in Canada. Although the vote was 23-8 in favour of the proposal, under the terms of the agreement, any such change requires the unanimous consent of the signatories.

Despite a "sunset" provision that would have forced a review of the pricing system after two years, the dissenting signatories refused to suspend a clause in the federal-provincial agreement binding transportation and freight differentials to the central pricing system.

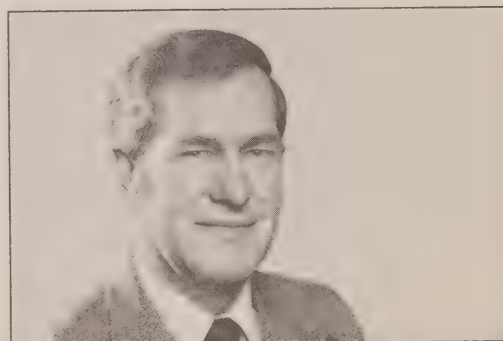
After this rejection, work on other pricing options was resumed and continued through the year.



**WALTER DYCK**  
*Director (B.C.)*



**FLOYD VAN SLYKE**  
*Director (Alta.)*



**TED WIENS**  
*Director (Sask.)*



**JOHN UNGER**  
*Director (Man.)*



# BOARD REPORT

8

## Levies

The Canada Egg Purchasing Levy was increased Nov. 6 from four-cents-a-dozen to 5.8-cents-a-dozen. This levy actually consists of two separate levies — the domestic levy for processing and the export levy.

The export levy is paid directly by producers to support CEMA's export program; it is not included in the cost of production formula. This levy to clear domestic markets of surplus eggs rose from two-cents-a-dozen to three cents. In effect, the increase is a penalty for over-production in 1983 when surplus grew by 40.98 per cent.

The processing levy went up .8 cents from two cents to 2.8 cents to cover higher costs in 1983. The processor levy funds the removal of eggs surplus to domestic table requirements which go to the Canadian processing industry. These eggs are sold at less than the cost of production to provide the Canadian industry with product priced competitively with U.S. eggs.

The processing levy is included in the cost of production formula so consequently it is borne by the product.

The administration levy was unchanged through 1983, remaining at three cents. As its name suggests, it funds all administrative aspects of the marketing system, including advertising and promotion, maintaining the inventory systems and general office operations.

The administrative levy is split evenly between CEMA and the provincial board in the province where it is collected. Like the processing levy, it is recorded in the COP formula and carried by the product.

## Supply

The board of directors ordered a five per cent quota cutback for Jan. 1, 1984, to ease the pressure of the agency's heavily-burdened surplus removal program. During 1983, production was up 4.4 per cent despite no corresponding increase in the national quota allocation.

Production in 1983 outstripped static domestic demand, swelling surplus stocks by 41 per cent over the previous year.

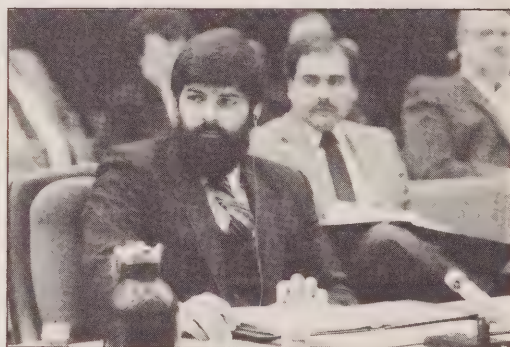
Soft prices in world markets dictated that all exports of surplus product had to be heavily subsidized by Canadian egg producers. Consequently, CEMA was forced to borrow heavily against the producer fund to finance egg exports.

The five per cent quota will substantially reduce producers' surplus-removal costs in 1984.

Plans for the implementation of the cutback were developed in co-operation with the provincial egg marketing boards in the final months of 1983.



**BILL SCOTT**  
*Director (Ont.)*



**GHISLAIN CLOUTIER**  
*Director (Que.)*

## Overbase Quota

The overbase quota issue continued to plague the egg industry in 1983 even though it was a year of over-production and burgeoning surplus stocks. The provinces continue to be at odds over the means of distributing any quota above original base levels.

Although the criteria are contained in the enabling legislation (the Farm Products Marketing Agencies Act) and the federal-provincial agreement on egg marketing, the relative importance of each criterion is not established. Thus the weighting of each is open to interpretation. In 1983, the agency was successful in establishing an accepted working definition for "comparative advantage," one of the criteria stipulated in the act and the agreement.

CEMA has been working on a methodology for distributing overbase quota since 1979. While work continued in 1983, a resolution acceptable to each and every province proves elusive.

## Imports

Sustained negotiations with the federal government to improve the administration of its shell egg import program has resulted in some progress, marked by a new notice to importers issued Aug. 29. Under international trade agreements, Canada must allow shell egg imports equal to 0.675 per cent of the previous year's domestic production. (Liquid and frozen egg imports must equal to at least 0.415 per cent of that production.) While CEMA had no quarrel with imports per se, it did object to eggs entering the country during periods of low demand and high surplus.

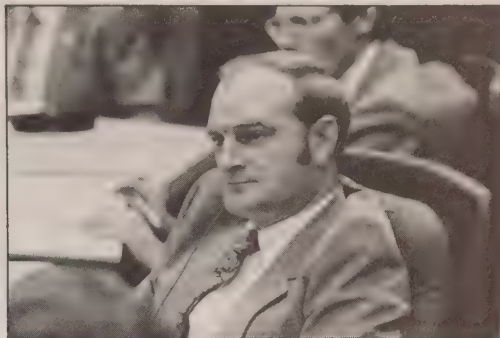
Imports schedules for 1984 have been revised by External Affairs' Office of Special Trade Relations and now somewhat reflect seasonal variances in demand and surplus.

Under new import regulations, traders will no longer be allowed to carry over unused shell egg allocations issued on regular global permits from one allocation period to another or borrow against future allocations.

The regulations governing the issue of supplementary import permits has also changed. CEMA must be given at least two working days to source domestic product before a supplementary permit is granted. If such a permit is granted, it will be valid only for the same period as specified to CEMA for delivery. Permits will not be extended by the Special Trade Relations Office beyond the specified delivery date.

## Charitable Donation

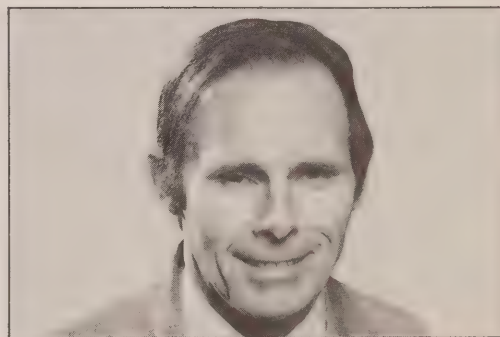
Egg producers donated 10 tonnes of whole egg powder worth \$100,000 in April to the Co-workers of Mother Teresa. The lay missionary group distributed the egg powder to starving people in Kenya, Tanzania, Rwanda, Haiti and India.



**DON HICKS**  
*Director (N.B.)*



**SCOTT SIMMONS**  
*Director (Nfld.)*



**LORNE MacNEILL**  
*Director (P.E.I.)*



# GENERAL MANAGER'S REPORT

10

The role of the Canadian Egg Marketing Agency is clear. Under the Farm Products Marketing Agencies Act and the federal-provincial agreement on egg marketing, the agency has been charged with three distinct mandates.

- Establish the farm-gate price for Grade A large eggs to return to producers their costs of production plus a reasonable rate of return over time.
- Adjust supplies to meet anticipated domestic requirements.
- Remove eggs surplus to consumer demand.

Although the role may be clear, it is by no means easy to fulfill.

CEMA operates in a unique environment. The agency is neither a creature of business or politics, but a hybrid offspring of both. In its decision-making process, it is subject to political pressures on one side and business pressures on the other. In all its policies, it must weigh the implications of leaning too far to either side.

Ostensibly, CEMA is a marketing firm run by producers, but it is important to recognize that the agency functions under the constant scrutiny of government, both federal and provincial, the National Farm Products Marketing Council, the provincial supervisory councils, the provincial producer boards and the consumer.

Such a politically-charged environment dictates that business decisions are not made according to strictly economic factors. Understandably, this can be exceedingly frustrating at times.

Such was the case when the federal government took action last fall to keep egg prices within the six-and-five guidelines of its restraint program. On one hand, the agency wanted to respect the government's commitment to restraint, but on the other, it could not ignore its responsibility to set a fair price which would cover producers' costs. Fortunately, this dilemma was recognized and after two months of restricted prices, CEMA returned to its normal pricing policy. The agency has since taken steps to recover producer losses during this period.

This situation serves as a good example to underscore the often-trying conditions in which the agency must work.

Another example of this is the "overbase" issue which has hung like a shadow over the industry for several years. The agency has hammered out proposal after proposal for distributing market shares beyond the original base but none has yet met with the broad consent that the agency must attain.

In May of last year, the Minister of Agriculture expressed his concern to the signatories that this issue was going to irrevocably divide the industry. At his urging, CEMA redoubled its efforts during the rest of the year to develop an overbase policy that would gain wide approval.

Overbase is not an issue limited to producers. Since it portends the transfer of jealously-guarded market shares from one province to another, it is of extreme concern to all partners in the egg marketing system.

Even without such "political" problems, last year was a particularly difficult one for the Canadian egg industry.



**JEAN BRASSARD**  
*General Manager*



# GENERAL MANAGER'S REPORT

Production in 1983 was up 4.40 per cent but consumption displayed no similar growth. As a result, surplus stocks swelled by 40.98 per cent and CEMA was forced to borrow heavily to support its export program.

Beginning last summer, the agency has taken steps to check these untoward developments in the marketplace and improve the financial status of its export fund. A strategy for reining production back in line with demand by adjusting quota allocations was developed and in place for Jan. 1, 1984. Realistic levy increases were approved by the board of directors to bolster the export fund.

Although 1983 was a tough year, it was by no means discouraging. We held on to the substantial gains in consumption that we achieved in 1982 while in all but a handful of countries, consumption continued on a downward slide.

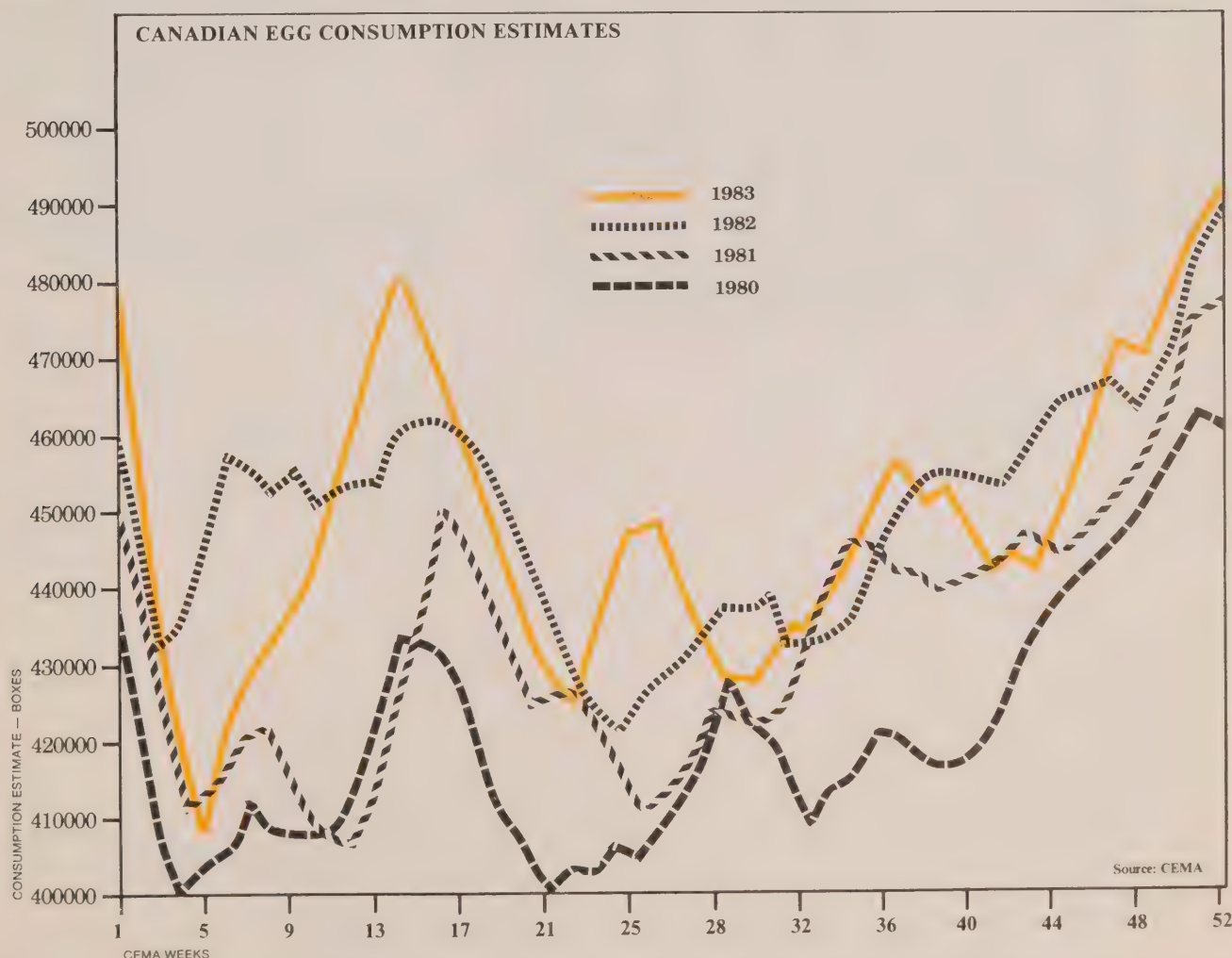
The egg industry also showed in 1983 that it has a place in a dynamic economy, that it is willing to use its regulatory powers to adapt to changing markets.

In 1971, when the Farm Products Marketing Agencies Act was being debated in Parliament, the Honourable Member for Fraser Valley East, Jerry Pringle, told the House that the act "recognizes the ability of farmer-producers to accept the authority delegated to them under the act as well as the responsibility."

Since then, we have shown this faith in us was well-founded. We have restored profitability to the egg industry while keeping egg price increases well below gains in the general food price index. We have seen Canada grow from a net importer of eggs to a net exporter. We have helped maintain the economic viability of the traditional family farm.

In the December Speech from the Throne, the Government announced its intention to introduce amendments to the Farm Products Marketing Agencies Act. The agency agrees that improvements are possible and indeed welcomes constructive change. We would appreciate being party to this fine-tuning exercise in the belief that our impressive track record can generate input for a healthier, more successful egg industry in Canada.

Jean Brassard  
General Manager



# MARKET REVIEW

12

*The market in 1983 was characterized by increased supplies and static demand which combined to swell surplus stocks. Egg prices increased steadily through the year, pushed upward by steadily-rising feed costs.*

## PRODUCER PRICES

CEMA sets the price producers are paid for Grade A large eggs at the beginning of each month using a relatively simple cost of production formula which reflects on-farm costs. Biannual field updates and quarterly or monthly surrogates are used by the agency to determine current cash costs per dozen for feed, pullets, and labour in each province along with national capital costs for depreciation and overhead. Levies, a conversion factor to Grade A large (since not all eggs produced are this size), freight and handling, and a producer return are added to determine the producer price of large eggs in each province.

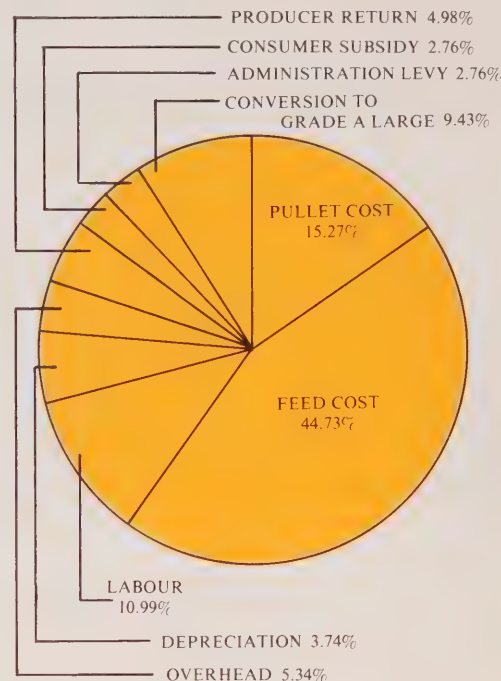
The price for sizes other than large are set following negotiations with the provincial egg marketing boards. The relative surplus situation of the other sizes — small, medium and extra large — relative to large eggs, and anticipated production and consumption levels are considered in establishing prices for these other sizes.

Producer prices for grades other than A are fixed by the provincial boards.

After declining by five-cents-a-dozen over 1981 and 1982, the producer price for Grade A large increased steadily during 1983, finishing the year 14 cents higher than when it began.

## RELATIVE IMPACT OF INPUTS ON PRODUCER COSTS

(ONTARIO PRODUCER COSTS AS OF DECEMBER 1983)



## FEED COSTS VS PROVINCIAL COSTS OF PRODUCTION

— prices shown are as dictated by the COP formula and do not reflect price freeze  
— prices per dozen Grade A large



Source: CEMA

# MARKET REVIEW

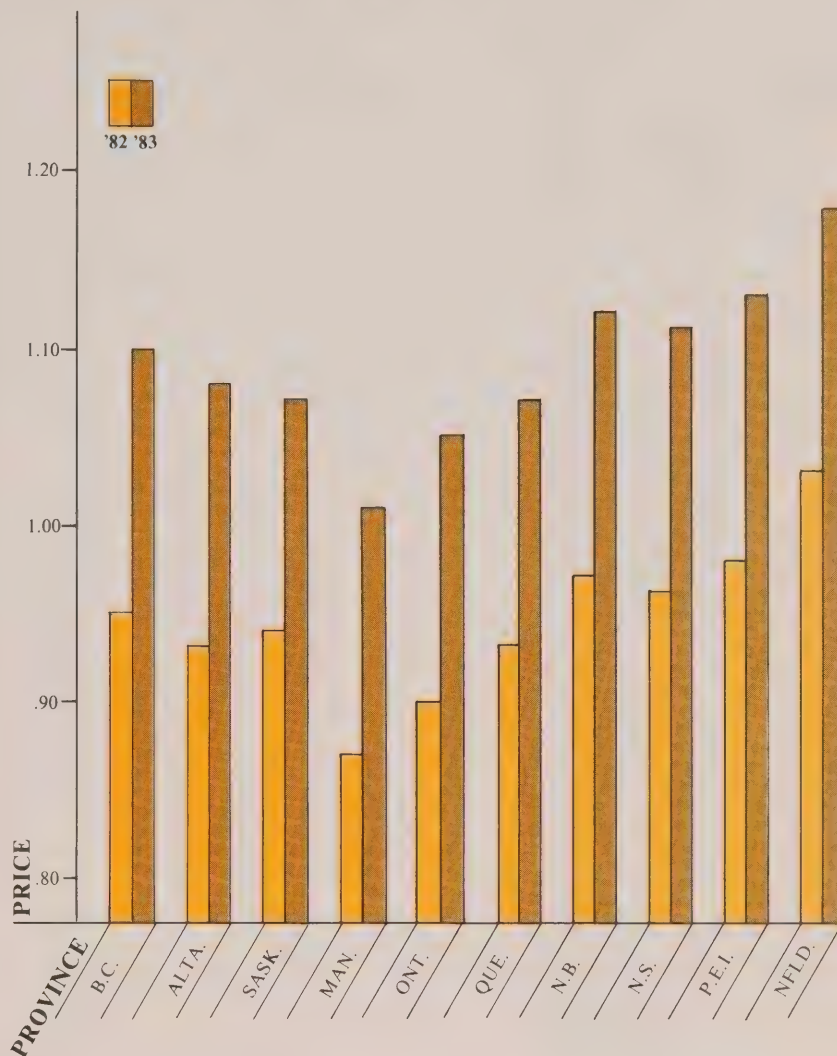
Egg prices fell sharply in the final quarter of 1982, but turned around in January, increasing one cent per month for the first two quarters of 1983. The one-cent increase in January was the first of a planned three-cent hike over the first quarter to adjust the wage rate in the cost of production formula to make producer wages more equitable with those paid in other sectors of the Canadian economy. This was to be an interim measure until a study could be completed to determine a fair wage for producers.

However, at the request of Agriculture Minister Eugene Whelan, CEMA postponed subsequent increases pending the completion of its joint labour study with the National Farm Products Marketing Council.

Subsequent increases in the producer price over the first half of 1983 were the result of escalating feed costs, a trend that continued for most of the year. Washington's payment-in-kind program, aimed at reducing large U.S. grain surpluses, coupled with the effects of a summer-long drought in the North American grain belt, cut supplies drastically and pushed grain prices upward. World feed prices are linked closely to those in the U.S., the world's largest grain producer. As U.S. prices went up, Canadian prices kept pace.

After increasing by two cents in July and one cent in August, the producer price for Grade A large was scheduled to go up by four cents in September. This four-cent hike was dictated in part by higher feed costs but it was also the result of the new labour rate settled upon by CEMA and the NFPMC following the completion of their joint study.

PRICE\* CHANGES FROM DEC.  
'82 TO DEC. '83 BY PROVINCE



\* Price paid to producers for a dozen Grade A large

Source: CEMA



# MARKET REVIEW

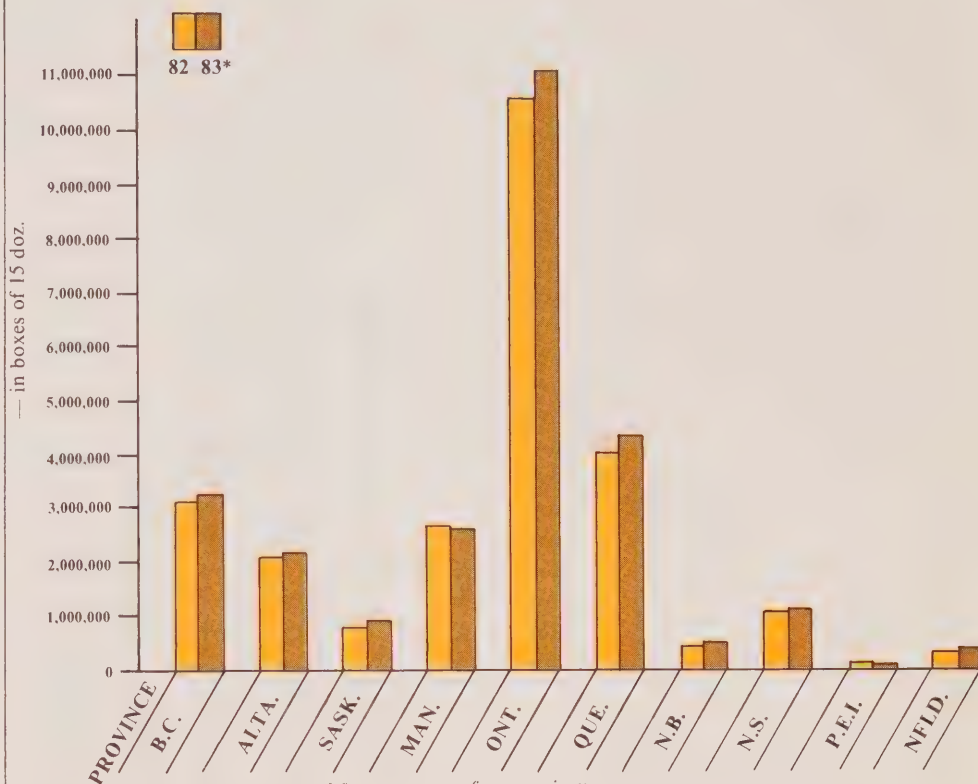
14

However, the September increase pushed the price of Grade A large beyond the six-and-five guidelines of the federal government's restraint program announced in June, 1982. The cabinet intervened and forced the agency to rollback the price by two cents, even though at the time only Grade A large prices exceeded the guidelines. In the 15 months following the announcement of the six-and-five program, the weighted average producer price for all sizes had increased by only five cents — well within restraint guidelines.

A subsequent two-cent increase for Grade A large due in October was also postponed, in effect extending the price freeze to nearly two months. At the end of that period, the cabinet reconsidered its position and determined that it could not unilaterally impose federal restraint guidelines because of existing agreements and pricing contracts with the provinces.

Despite a federal plea that they adhere to the restraint program, the provincial egg boards responded by directing CEMA to return to full formula pricing as stipulated by the federal-provincial agreement. They argued that since there were no restraints on producers' costs, it was not reasonable to place restraints on their prices. To lessen the inflationary impact of the return to formula pricing, the agency gradually phased in the four-cent adjustment that had been postponed during the two-month freeze with a two-cent increase Oct. 31 and another two cents Nov. 21.

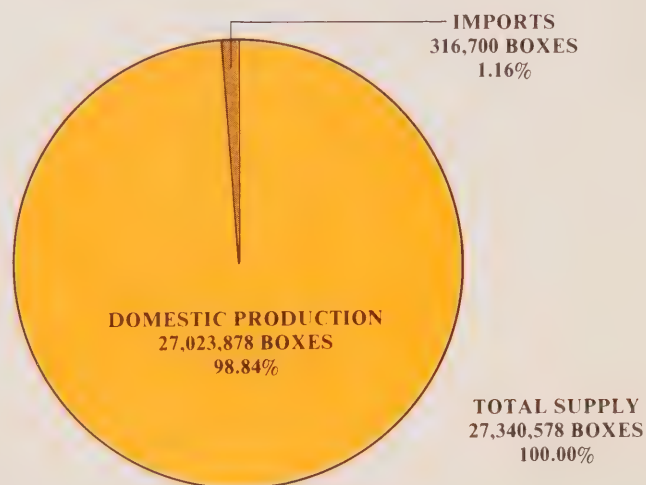
## PROVINCIAL GRADINGS - '83 VS '82



\*1983 figures adjusted for purposes of comparison

Source: CEMA

## SOURCES OF SUPPLY — 1983



Source: CEMA

# MARKET REVIEW

## SUPPLY

A marked increase in supply was recorded during 1983 even though there was no corresponding increase in the national quota allocation or imports over the previous year. Total supplies (domestic production + imports) last year were 27,340,578 boxes of 15 dozen. After adjusting this figure to account for the additional week in the last fiscal year (53 weeks in 1983 vs. 52 weeks in 1982), supplies were up 3.18 per cent from 25,998,530 boxes in 1982.

In 1983, domestic production stood at 27,023,878 boxes of 15 dozen compared to 25,397,222 boxes in 1982. After adjustment for comparative purposes, production stood 4.40 per cent higher in 1983.

Production grew at an ever-increasing rate throughout the year. Gradings were up by 2.03 per cent in the first quarter over the same period in 1982, by 3.08 per cent at the end of the second quarter and 3.90 per cent at the end of the third quarter.

Placements for egg production were down 2.6 per cent from 25,097,000 pullets in 1982 to 24,442,000 in 1983 (according to Agriculture Canada's Poultry Market Report — Jan. 13, 1984). Placements fell in Alberta, Saskatchewan, Manitoba, Ontario and the Atlantic provinces and were up only in British Columbia and Quebec.

Imports declined in 1983 but since they accounted for only 1.16 per cent of total Canadian supplies, the reduction had little impact on the overall supply situation. Last year imports totalled 316,700 boxes, an adjusted decrease of 32.28 per cent from 458,808 boxes imported during 1982.

Under international trade agreements (GATT), Canada must allow shell egg imports equal to at least 0.675 per cent of the previous year's domestic production, and processed eggs equal to 1.03 per cent.

## Pullet Placements

— in thousands

	1983	1982	% change
British Columbia	2992	2978	+0.5
Alberta	2483	2602	-4.6
Saskatchewan	1090	1225	-11.1
Manitoba	3058	3079	-0.7
Ontario	9200	9616	-4.3
Quebec	3609	3580	+0.8
Atlantic Provinces	2010	2017	-0.3
Total	r 24442	25097	-2.6

(r - Revised)

## SUPPLY — '81, '82, '83



\* Adjusted for comparisons

# MARKET REVIEW

16

## DEMAND

Demand remained virtually the same in 1983 as in 1982. Total Canadian demand last year was 25,560,496 boxes up from 25,077,636 boxes in 1982. Adjusted for purposes of comparison, the increase in demand in 1983 was only 0.002 per cent.

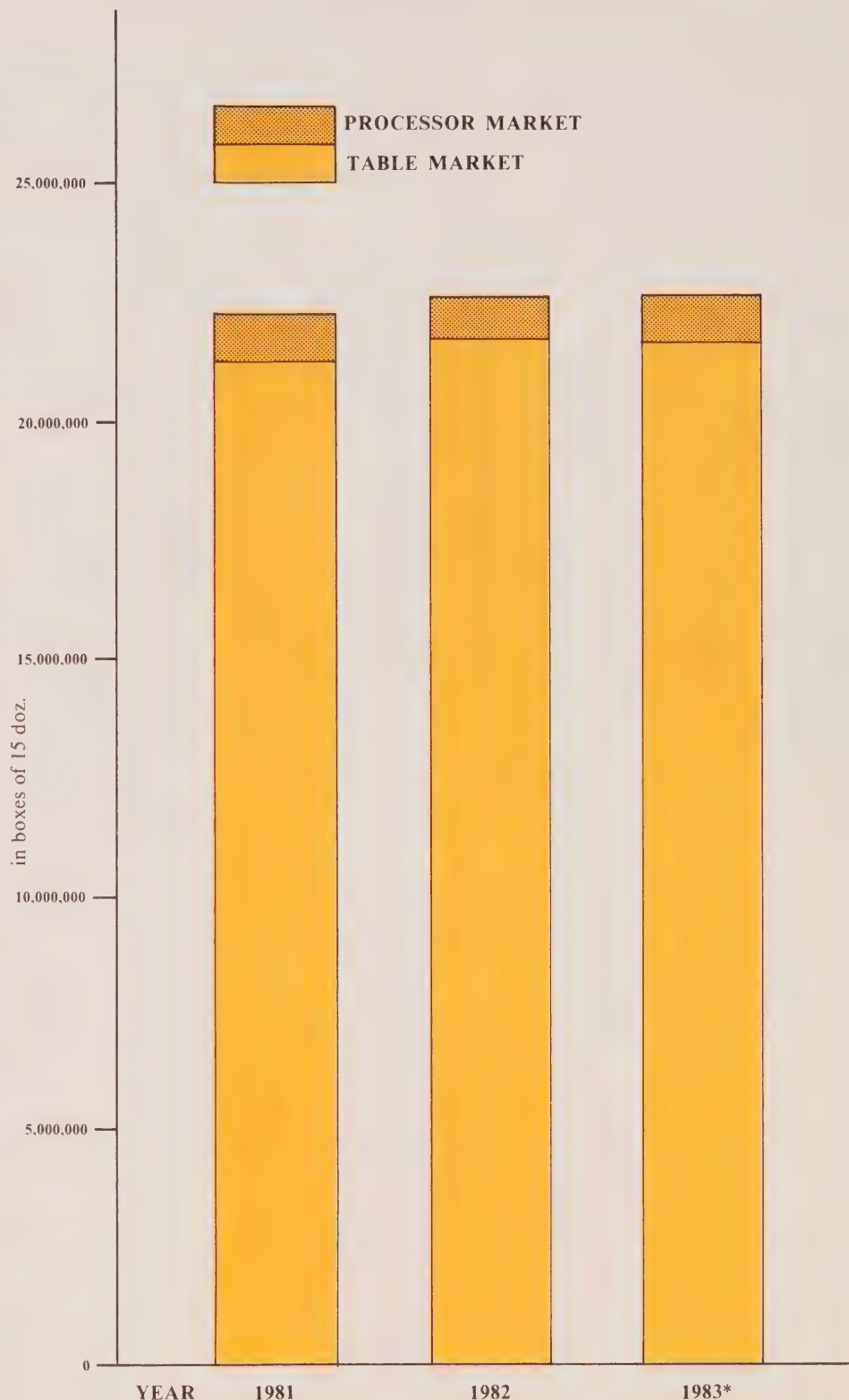
Table disappearance slipped .37 per cent in 1983. In the 53 weeks of the 1983 fiscal year, consumption was 23,750,851, up from 23,388,647 boxes in 1982. But when the figures are adjusted to account for an extra week in the last fiscal year, the results indicate that table disappearance was down marginally. It was the first time in the last five years that consumption has not improved upon the previous year's performance.

Table disappearance was actually stronger during the spring and summer months in 1983 than it had been in the previous year when consumption jumped 3.72 per cent, a remarkable increase by egg industry standards. However, those gains could not overcome an unprecedented surge in consumption in 1982 during the first quarter. Traditionally, table disappearance slumps at the beginning of each year following the seasonal peak in demand at the Christmas season. In 1982, consumption recovered much more rapidly than in any other year this decade. (See Canadian Egg Consumption Estimates.)

A market survey conducted for CEMA in July, 1983, indicates that household consumption was highest in Prince Edward Island, followed by Alberta and Newfoundland. Household consumption was lowest in Quebec. On a per capita basis, Alberta led all provinces in consumption, P.E.I. ranked second, while British Columbia and Manitoba were close behind. Again, Quebec held the bottom spot.

The processing market demonstrated some growth last year, as the demand for breaker product grew 4.87 per cent (adjusted) from 1,688,989 boxes in 1982 to 1,809,645 boxes in 1983.

## DEMAND — '81, '82, 83



\*1983 figures adjusted for purpose of comparison

Source: CEMA



## SURPLUS MANAGEMENT

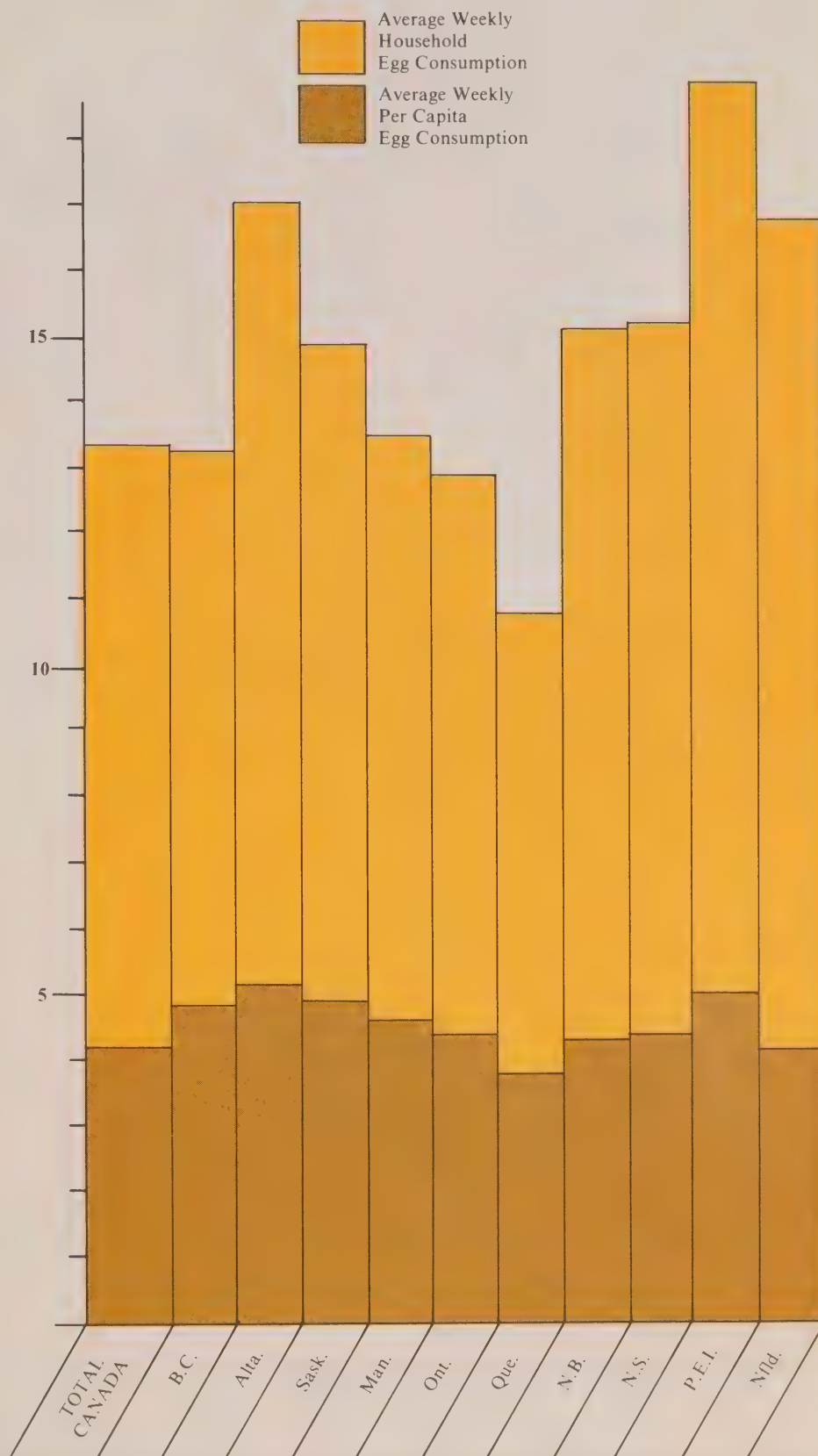
Just one year ago, the Canadian egg industry was coming off one of its strongest years ever: supplies were steady, consumption was up 3.72 per cent and surplus had declined 20.8 per cent.

The scenario changed drastically in 1983. Static domestic demand coupled with the 4.40 increase in gradings drove egg surpluses up 40.98 per cent (adjusted) to 3,654,553 boxes from 2,543,290 boxes in the previous year.

Medium-size eggs accounted for 1,611,939 boxes of the total surplus (44.11 per cent), followed by 909,735 boxes of large (24.39 per cent), 584,358 boxes of X-large (15.99 per cent) and 548,521 boxes of small (15.01 per cent). In comparison, in 1982, 913,624 boxes of medium eggs were declared surplus (35.92 per cent of the total surplus), 640,060 boxes of X-large (25.16 per cent), 585,767 boxes of large (23.03 per cent) and 403,389 boxes of small (15.88 per cent).

Almost two-thirds of the national surplus came from just two provinces. Ontario reported surplus of 1,240,929 boxes, 33.96 per cent of the national total, while Manitoba's surplus was 1,146,703 boxes, 31.38 per cent. Ontario's surplus increased by 55.64 per cent (adjusted) over 1982 levels. Surplus in Manitoba was up 21.61 per cent.

## CEMA TRACKING STUDY JULY 1983



# MARKET REVIEW

18

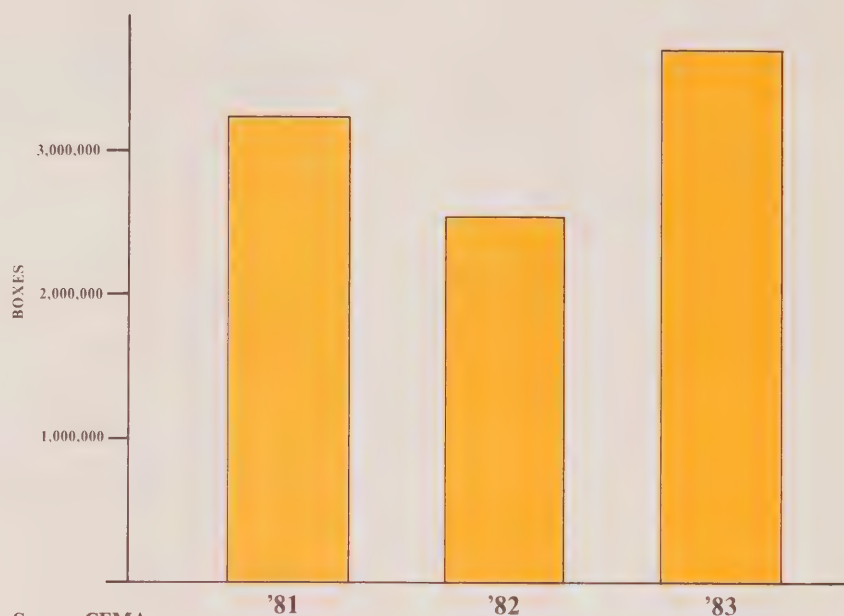
The largest provincial increase in surplus stocks in 1983 over 1982 was reported by Newfoundland, where surplus was 135.18 per cent higher with 63,042 boxes compared to just 26,300 in the previous year. Quebec ranked second with an increase of 94.66 per cent, 418,123 boxes in 1983 versus 210,741 in 1982.

The smallest surplus increase was in P.E.I., just 4.38 per cent, 46,820 boxes versus 44,009 boxes.

Weekly surplus figures in 1983 followed traditional seasonal shifts in demand. Surplus peaked in January with a high of 128,529 boxes declared surplus in the second week of the year. It fell to a low of 29,599 boxes at Easter before climbing during the summer months, reaching as high as 103,385 boxes in week 20. As demand improved through the fall, weekly surpluses declined, dropping to 30,724 boxes a week during the Christmas season.

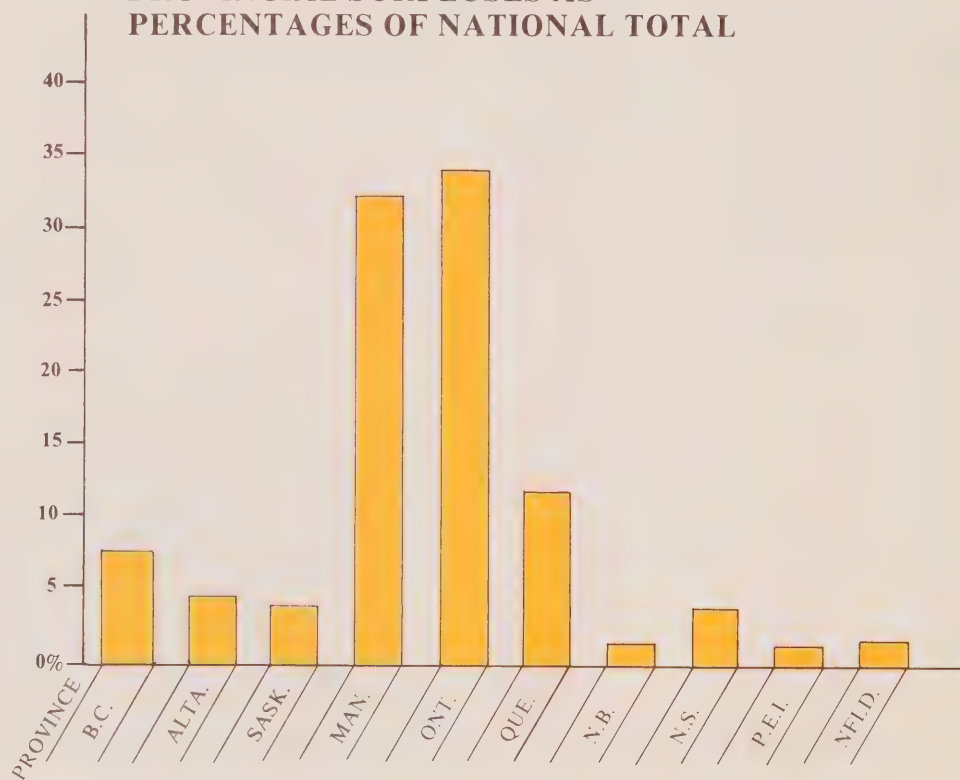
The surplus situation in 1983 precipitated a dramatic increase in exports of more than a million boxes over the previous year. In 1982, a year marked by steady supply and rising consumption, exports stood at 778,394 boxes. Just a year later, exports were up 124.38 per cent (adjusted) to 1,780,182 boxes.

## SURPLUS — '81, '82, '83



Source: CEMA

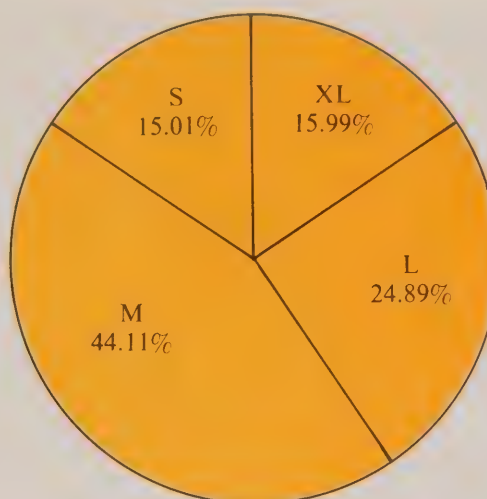
## PROVINCIAL SURPLUSES AS PERCENTAGES OF NATIONAL TOTAL



3,654,553 = 100.00%

Source: CEMA

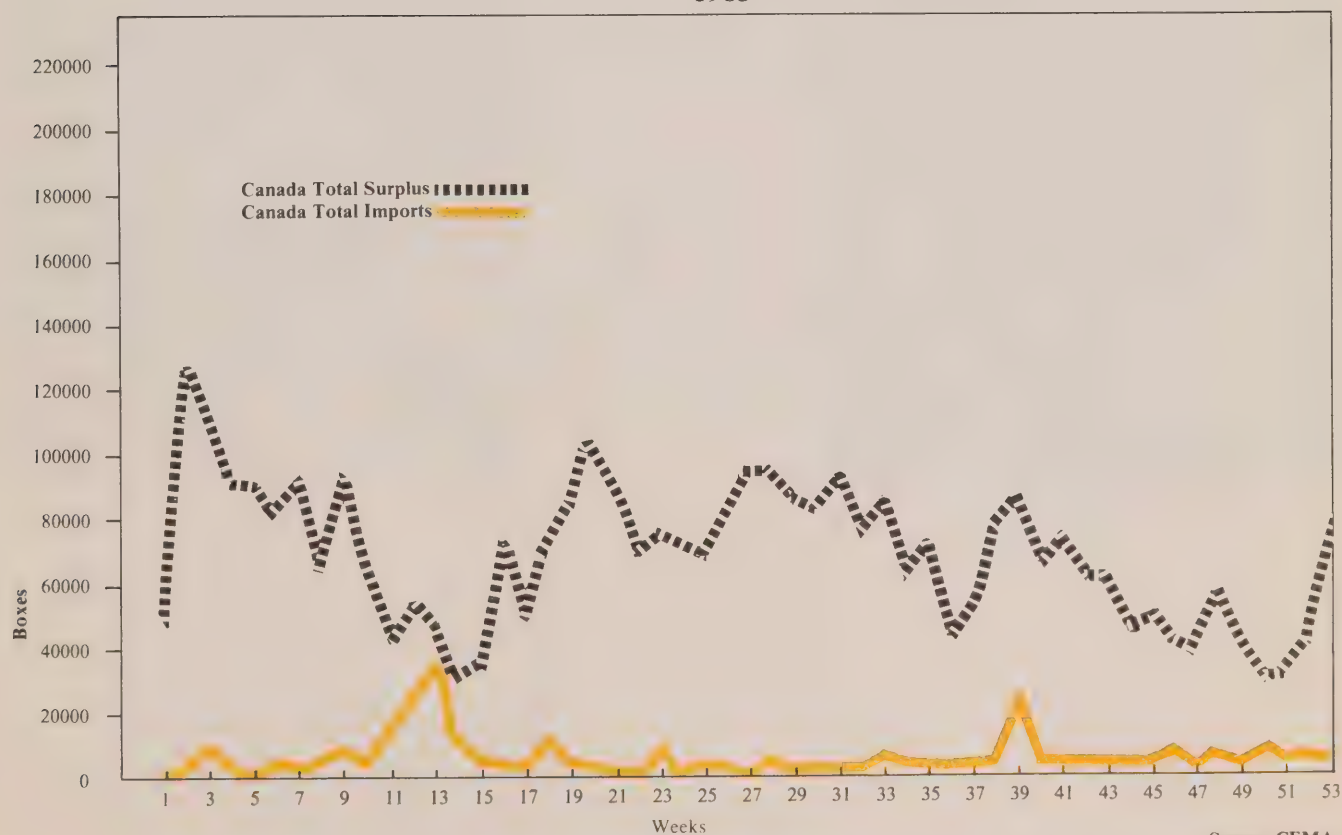
## SURPLUS BY GRADES — 1983



100.00% = 3,654,553 BOXES

Source: CEMA

## DECLARED SURPLUS AND IMPORTS 1983



Source: CEMA



# COMMITTEE REPORTS

20

## EXECUTIVE COMMITTEE

The Executive Committee held seven full meetings throughout the year, three of these had an additional half-day added to the agenda for joint meetings with the NFPMC executive.

The committee has been pleased with the exchange of information and the work accomplished by the joint meetings of the two executives of CEMA and the NFPMC. Agreements were reached on labour factors and investment in the Cost of Production formula as recommended following the NFPMC hearings in 1982. Agreement was also reached on the method of reimbursing producers for losses during the two-month price freeze last fall.

The Executive Committee became very concerned by increased production last spring and the negative impact this development had on the surplus removal program. It recommended to the July board of directors' meeting that there be a five per cent quota decrease for Canada. This measure was subsequently adopted by the board.

The committee believes that further study into CEMA's penalty system is necessary and made such a recommendation to CEMA directors at the December board meeting.

In 1983, an Executive sub-committee was charged with reviewing and re-writing agency by-laws. This sub-committee is expected to complete its task by mid-March 1984.

## COST OF PRODUCTION COMMITTEE

The two principal matters addressed by the Cost of Production Committee during the past year were (1) the returns to labour and investment in the pricing formula, and (2) preparations for the COP update survey to be conducted during March and April.

Concerning returns to labour and investment, the 1982 NFPMC inquiry into the COP formula had recommended that returns to investment be determined according to a net book value of assets rather than the undepreciated original cost basis. It had also recommended a study to establish a fair and equitable wage for labour. A study was commissioned by CEMA, on the advice of the COP Committee and in consultation with the NFPMC, which also examined the possibility of a statistically-reliable survey on labour hours.

Following the study, CEMA and the NFPMC agreed to upgrade labour returns and use the net book value basis to determine assets. The survey of labour hours was judged to be impractical because of the large size of sample required to ensure a high degree of statistical confidence.

The committee was actively involved in preparing for the COP update survey in 1984. This involved extensive discussions with prospective consultants on methodology, and, after the selection of Agriconsultants, the detailed tasks of developing a questionnaire, selecting the survey sample, devising a means to record results in the field on portable computers, and selecting a firm to actually conduct the field survey. The NFPMC participated throughout this exercise.



# COMMITTEE REPORTS

## AUDIT COMMITTEE

CEMA's board of directors has relied on its Audit Committee over the last number of years to determine the accuracy of its financial statements and the efficiency of departmental operations.

After the completion of the 1982 year-end audit, the committee met in March with management and the agency's auditors. It was determined that the financial statements for the year under review were satisfactory and that proper procedures were in place to safeguard the agency's finances.

At that time, CEMA management recommended that the agency should implement a fully-computerized accounting system. The committee endorsed this move and the board of directors subsequently gave its approval. Touche Ross and Co. was selected to audit the installation of the automated system to ensure that there was no loss of records and that the requisite safeguards were included.

By the December meeting of the Audit Committee, the changeover was essentially complete. Touche Ross reported to the committee that the process had been carried out to its satisfaction and that all accounting functions in 1984 could be completely automated.

Consideration was given at this meeting to a periodic audit, either internal or external, of the new system's procedures and safeguards. The committee anticipates such a regular audit will commence by mid-1984.

## BUDGET COMMITTEE

The efforts of the Budget Committee and CEMA management in 1983 to develop an automated means for analysing spending by fiscal period were remarkably successful.

This new format permitted departments to monitor their budgets vs. actual spending throughout the year.

The committee's recommendation that the agency provide a detailed explanation for budget items where actual spending varied by 10 per cent assisted members in the assessment of management's performance.





# COMMITTEE REPORTS

22

## EGG QUALITY COMMITTEE

The Canadian processing industry is being denied some offshore markets because of pale egg yolks produced in the western part of the country, the Egg Quality Committee was told at its meeting Dec. 6, 1983. Consumers in some countries, such as Japan, insist upon deep yellow yolks and will not accept eggs produced in western provinces.

Yolk colour is determined by laying rations. In western Canada, the feed base is wheat, resulting in a light-coloured yolk and in the East, where corn is the feed base, the yolks are a deep yellow.

The processors are not allowed to add artificial colours to darken the yolk.

Following the meeting, the committee initiated a study to determine the relative costs of adding alfalfa to feed to darken the yolk. The results of that study will be reported at the committee's first meeting in 1984.

There is some concern among committee members about the impact any change in yolk colour would have upon domestic markets. Since CEMA's mandate does not include producing eggs for foreign sales, the agency's role in this matter is under discussion.

Since the Code of Farm Management Practices was introduced last spring, along with an associated awards program, producer response has been extremely gratifying. The code, written by the committee, establishes certain performance standards in egg production.

CEMA and provincial field inspectors evaluated 1287 operations last year. Producers who scored between 100 and 91 were awarded gold certificates, silver for 90 to 86 and red for 85 to 80.

The results were as follows:

233 Gold  
181 Silver  
515 Red  
358 failed to qualify.





# COMMITTEE REPORTS

23

## MARKETING COMMITTEE

The Marketing Committee is encouraged by the growing interest in working together shown in 1983 by all the marketing and advertising players — CEMA, the provincial boards, and the advertising agencies. This new spirit of co-operation can grow even more, enabling our industry to impact on the Canadian marketplace in the most efficient manner. This will help awareness, consumption and most importantly, the Canadian egg producer.

(Please see Marketing — Advertising and Promotion pg 24)



The role of CEMA's marketing department is to increase awareness and usage of eggs by Canadian consumers.

In 1983, the department created a resource tool, the Planograph, which describes the agency's marketing strategy and contains information about its various promotional components.

The Planograph also contains material produced by CEMA that may be utilized by the provincial marketing boards. This material includes radio jingles, radio scripts, newsprint layouts, photo-mechanical transfers and camera-ready artwork.

In 1983, CEMA completed the third and fourth phases of a national tracking study which it began in 1982. Over 2000 respondents were surveyed in each phase to provide the agency with a greater knowledge of consumers' attitudes toward eggs. The data from the tracking study has assisted greatly in developing marketing objectives and strategy.

The tracking study was updated before each phase and new questions were added to the survey. The results of the study have been provided to the provincial boards.

The study indicates that most consumers believe that eggs represent either good or excellent value for the money. But it also showed consumers tend to think of eggs strictly as a breakfast food.

To help eggs break out of this stereotype, and at the same time increase usage, the agency's advertising and promotion campaigns last year concentrated on showing how eggs can be used at other meal occasions.

The marketing department broadened its activities in 1983 to include research into new product development. This requires thorough testing of new product concepts in the marketplace.

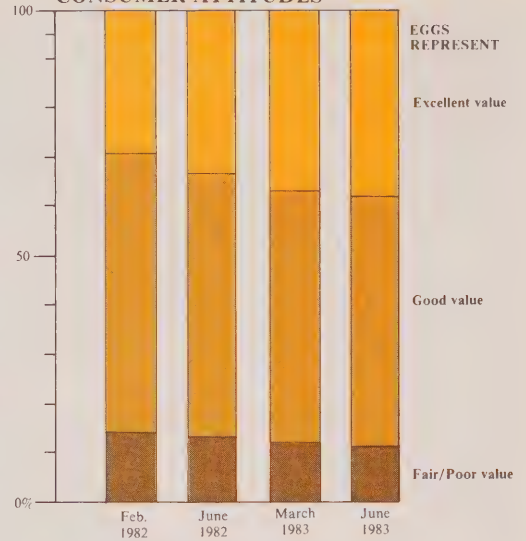
CEMA is supporting research at the University of Toronto to develop food products such as instant breakfasts and diet formulas using liquid egg bases.

One of the goals of the marketing department is to educate future consumers. Through Resourcebook, a national publication for educators, the agency provides materials for use in the classroom.

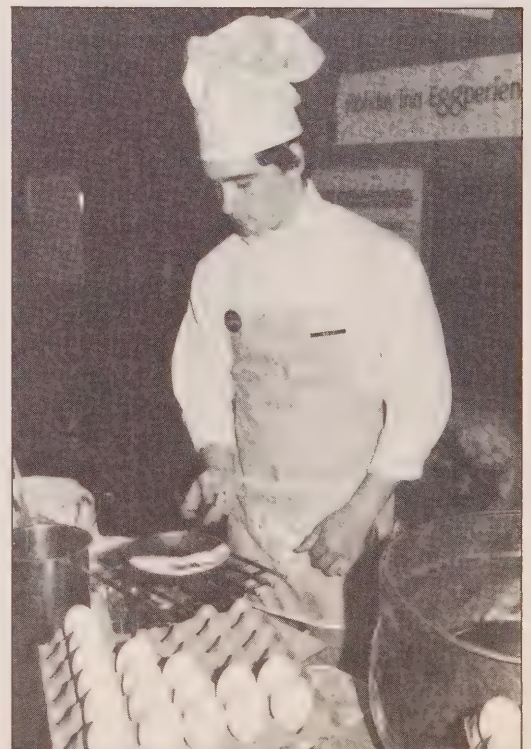
A book of safety tips for children was prepared in French and distributed in Quebec last summer. An English version also will be published in 1984.

Efforts were intensified in the food-service sector last year to give eggs a higher profile in restaurants and hotel dining rooms across the country.

## CONSUMER ATTITUDES



CEMA TRACKING STUDY  
JULY, 1983



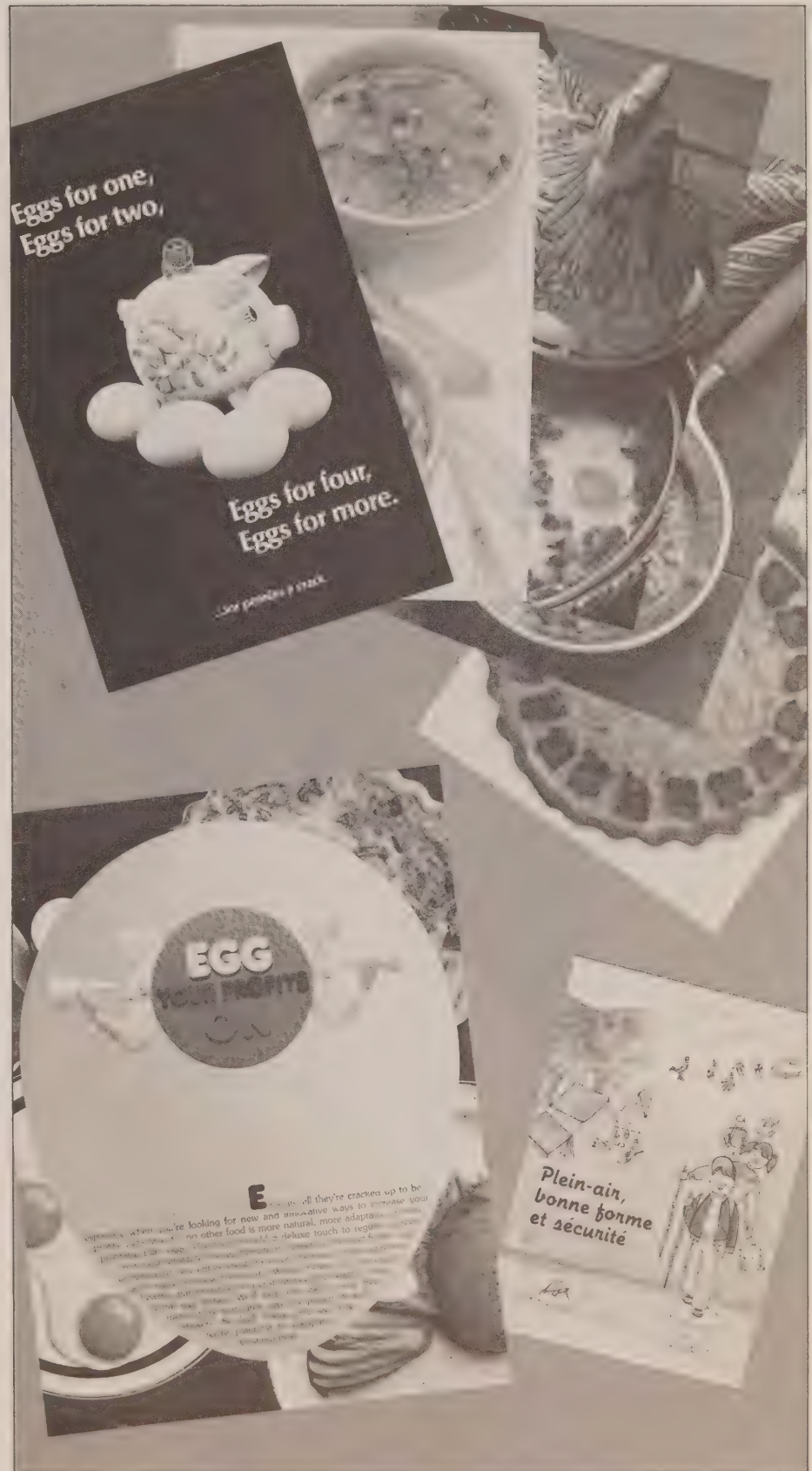


CEMA co-sponsored a nation-wide promotion with Commonwealth Holiday Inn in June. The enthusiastic response to this promotion by Holiday Inn and its customers helped spark industry-wide interest in eggs. A subsequent in-house survey of restaurants and hotels assisted CEMA in preparing a four-colour catalogue of promotional items available to the industry from the agency.

The marketing department held a three-day seminar in May for promotional personnel of the provincial boards to co-ordinate national and provincial marketing efforts. Many of the topics covered at the seminar have been incorporated in the 1984 marketing plan. Following the seminar, several provinces adjusted the timing of their advertising to complement CEMA's own schedules.

The main components of national advertising last year were radio commercials and four-colour magazine ads featuring recipes from the "Eggs for One..." cookbook.

The department was elated by the response to its 1983 cookbook "Eggs for One, Eggs for Two, Eggs for Four, Eggs for More." It filled over 600,000 requests last year following a direct mail campaign with the free cookbook offer.





# STATISTICS

## ALLOCATIONS AND INVENTORIES SUMMARY

26

MONTH	BRITISH COLUMBIA		ALBERTA		SASKATCHEWAN		MANITOBA		ONTARIO		QUEBEC	
	ALLOC.	INVENT.	ALLOC.	INVENT.	ALLOC.	INVENT.	ALLOC.	INVENT.	ALLOC.	INVENT.	ALLOC.	INVENT.
January	2,561,250	1,456,650@	1,575,130	1,492,278	734,233	685,380 (Jan. 29)	2,419,730	2,293,356	7,967,145	7,566,945 (Jan. 30)	3,381,682	3,185,838+ (Jan. 29)
February		2,459,458@		1,481,095		689,355 (Feb. 26)		2,270,190		7,544,350 (Feb. 27)		3,138,612+ (Feb. 26)
March		2,432,480@		1,481,725		694,260 (March 31)		2,248,088		7,557,466 (March 27)		3,183,004+ (March 26)
April		2,471,355@		1,506,769@		689,961 (April 30)		2,318,736@		7,536,170 (April 24)		3,210,775+ (April 23)
May		2,453,514@		1,490,851@		692,009 (May 21)		2,273,044@		7,466,561 (May 29)		3,268,786+ (May 21)
June		2,454,861@		1,488,340@		697,056 (June 18)		2,286,392		7,551,359 (June 30)		3,102,565+ (June 18)
July		2,454,654@		1,488,387		693,592 (July 16)		2,236,037		7,453,202 (July 31)		3,184,196+ (July 16)
August		2,426,939@		1,492,593		686,082 (Aug. 13)		2,291,826		7,453,649 (Aug. 31)		3,175,132+ (Aug. 13)
September		2,461,839@		1,493,857		695,397 (Sep. 10)		2,255,049		7,558,397 (Sep. 25)		3,191,644+ (Sep. 10)
October		2,461,438@		1,469,911		695,771 (Nov. 5)		2,293,556		7,487,196 (Oct. 30)		3,254,585+ (Oct. 8)
November		2,444,016@		1,486,478		692,272 (Dec. 3)		2,254,533		7,489,867 (Nov. 27)		3,241,376+ (Nov. 5)
December		2,435,854@		1,484,560		668,015 (Dec. 31)		2,276,552		7,505,833 (Dec. 25)		3,285,141+ (Dec. 3)
AVERAGE		2,451,088		1,488,070		689,929		2,274,780		7,521,750		3,201,805

MONTH	NEW BRUNSWICK		NOVA SCOTIA		PRINCE EDWARD ISLAND		NEWFOUNDLAND		TOTALS 1983	TOTALS 1982
	ALLOC.	INVENT.	ALLOC.	INVENT.	ALLOC.	INVENT.	ALLOC.	INVENT.		
January	419,229	384,260	877,162	838,521@ (Jan. 22)	143,731	134,881	443,127	356,608	19,394,717	19,390,140
February		379,977		843,406 (Feb. 19)		134,500		357,633	19,298,576	19,254,063
March		372,794		825,676@ (Mar. 19)		117,130		338,986	19,251,609	19,208,406
April		399,168		799,681@ (Apr. 16)		134,958		361,887	19,429,460	19,205,719
May		397,037		842,547 (May 14)		135,478		371,013	19,390,840	19,150,591
June		400,447		842,023 (June 11)		136,132		377,151	19,336,326	19,250,408
July		394,878		843,543@ (July 9)		134,128		378,814	19,261,431	19,246,059
August		380,461		845,446 (Aug. 6)		134,156		397,181	19,373,465	19,281,610
September		395,465		817,960 (Sep. 3)		113,386		363,217	19,346,211	19,125,197
October		408,803		810,934 (Oct. 29)		127,940		362,222	19,372,356	19,142,758
November		398,667		852,491@ (Nov. 26)		132,316		362,500	19,354,516	19,194,769
December		380,228		838,248@ (Dec. 24)		138,113		395,498	19,408,042	19,314,663
AVERAGE		391,015		833,373		131,093		368,559	19,351,462	19,230,365

\* Allocation refers to total quota issuance allowed under Federal/ Provincial Agreement.

\*\* Inventory refers to the number of layers in provincial flock as reported by provincial boards unless otherwise specified.

@ Under audit

+ CEMA Board audit

# STATISTICS

## WEIGHTED AVERAGE PRODUCER PRICE

## DECLARED SURPLUS AND IMPORTS

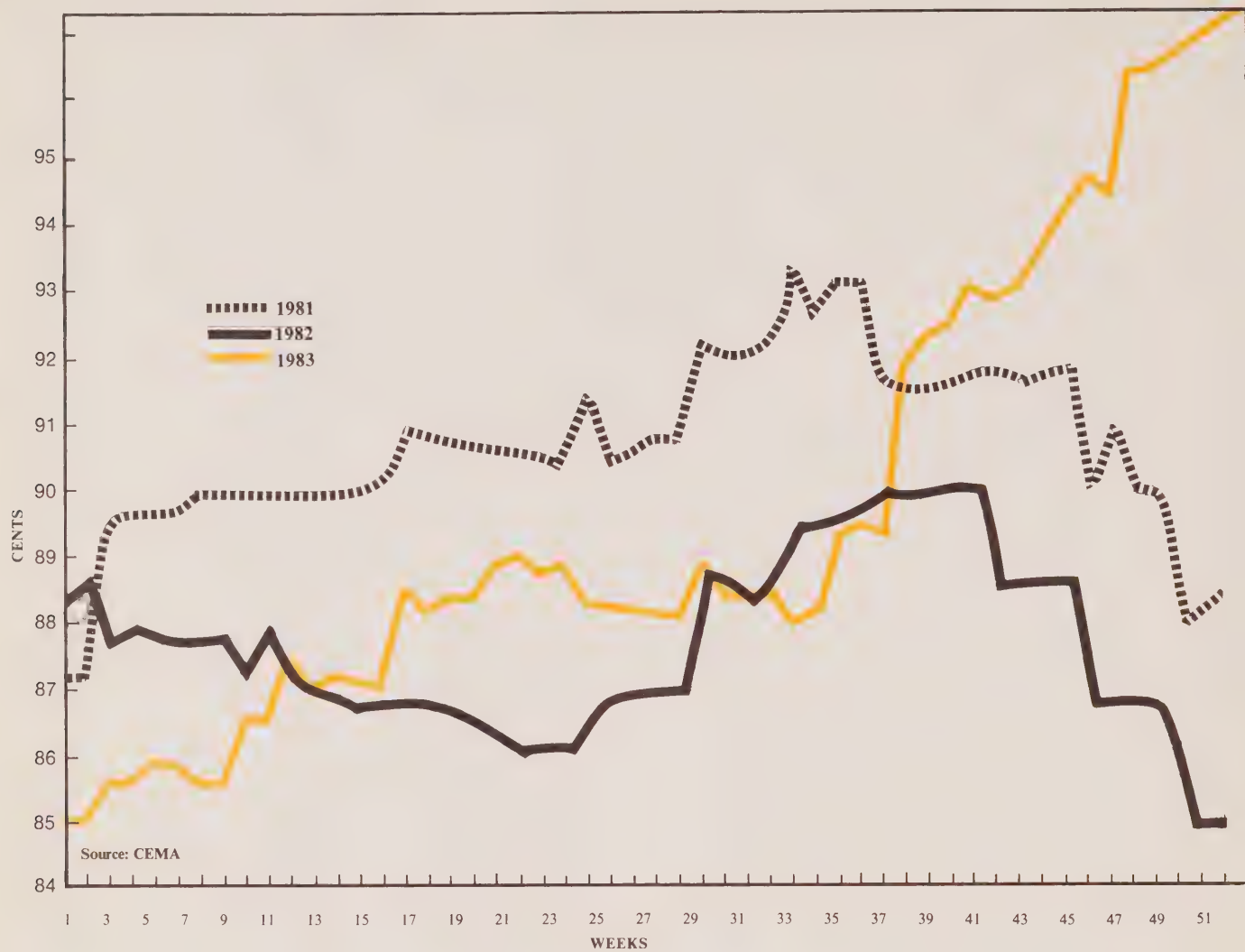
27

WEEK	1982 PRICE	1983 PRICE	1983 WEEK	TOTAL SURPLUS	IMPORTS
1	88.2	85.1	1	44,330	0
2	88.4	85.1	2	128,529	1,500
3	87.5	85.7	3	110,071	9,000
4	87.8	85.7	4	92,591	3,000
5	87.7	85.9	5	93,921	0
6	87.6	85.9	6	81,270	4,800
7	87.5	86.7	7	91,094	3,005
8	87.6	86.7	8	66,731	5,250
9	87.1	86.6	9	89,301	8,080
10	87.8	86.6	10	64,731	5,250
11	86.9	87.4	11	43,567	16,500
12	86.8	87.1	12	49,234	22,500
13	86.8	87.2	13	45,822	37,498
14	86.6	87.1	14	29,599	11,045
15	86.6	87.1	15	37,091	6,000
16	86.7	88.6	16	66,239	4,000
17	86.6	88.3	17	52,545	3,000
18	86.4	88.4	18	72,482	10,500
19	86.3	88.4	19	85,411	3,045
20	86.1	88.8	20	103,385	4,500
21	85.9	88.9	21	89,802	1,500
22	86.0	88.7	22	72,772	0
23	85.8	88.9	23	77,909	9,545
24	86.6	88.3	24	76,943	1,000
25	86.9	88.2	25	70,837	3,000
26	86.9	88.2	26	82,509	3,000
27	86.9	88.1	27	96,344	1,500
28	86.8	88.1	28	96,270	6,045
29	88.6	88.8	29	87,166	3,000
30	88.5	88.4	30	83,469	3,000
31	88.2	88.4	31	92,118	3,545
32	88.5	88.5	32	76,613	3,000
33	89.3	89.1	33	83,469	3,000
34	89.3	88.2	34	62,995	4,400
35	89.5	89.3	35	71,451	5,115
36	89.6	89.4	36	47,641	1,500
37	89.8	89.3	37	52,526	4,500
38	89.7	91.8	38	78,302	4,500
39	89.8	92.3	39	85,719	25,600
40	89.8	92.5	40	69,843	4,495
41	89.8	92.9	41	70,222	4,500
42	88.3	92.8	42	65,783	3,000
43	88.5	92.9	43	62,995	4,292
44	88.4	93.3	44	45,701	3,000
45	88.5	94.3	45	48,286	6,123
46	86.6	94.6	46	41,257	7,704
47	86.6	94.5	47	39,066	3,495
48	86.6	96.3	48	57,791	5,525
49	86.5	96.4	49	39,066	3,495
50	84.8	96.7	50	31,411	8,367
51	84.8	96.9	51	30,724	8,309
52	84.7	97.2	52	42,218	2,799
53		97.3	53	76,939	3,495
			AV	68,954	5,975
			TL	3,654,553	316,700

# STATISTICS

## WEIGHTED AVERAGE PRODUCER PRICE FOR 1981/1982/1983

28

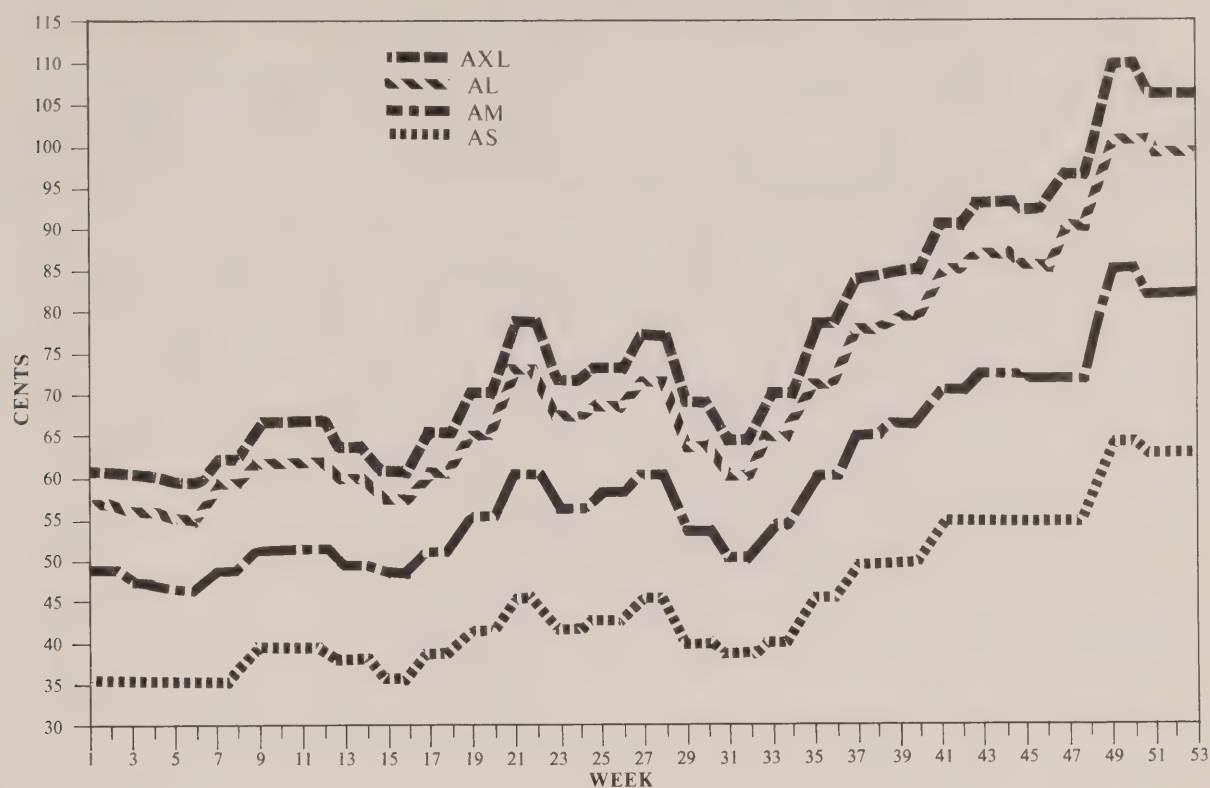




# STATISTICS

## PROCESSOR PRICES FOR 1983

29



Source: CEMA

PROCESSOR PRICES IN CENTS DOZ FOR ALL GRADES  
FOR PROVINCE OF ONTARIO

1983 WEEK	AEL	AL	AM	AS	1983 WEEK	AEL	AL	AM	AS
1	61.50	57.00	48.00	36.00	27	77.50	72.00	60.50	45.50
2	61.50	57.00	48.00	36.00	28	77.50	72.00	60.50	45.50
3	60.50	56.00	47.00	35.50	29	68.00	63.00	53.00	40.00
4	60.50	56.00	47.00	35.50	30	68.00	63.00	53.00	40.00
5	59.00	55.00	46.00	35.00	31	64.50	60.00	50.50	38.00
6	59.00	55.00	46.00	35.00	32	64.50	60.00	50.50	38.00
7	62.50	58.00	48.50	36.50	33	70.00	65.00	54.50	41.00
8	62.50	58.00	48.50	36.50	34	70.00	65.00	54.50	41.00
9	67.00	62.00	52.00	39.50	35	77.50	72.00	60.50	45.50
10	67.00	62.00	52.00	39.50	36	77.50	72.00	60.50	45.50
11	67.00	62.00	52.00	39.50	37	84.00	78.00	65.50	49.50
12	67.00	62.00	52.00	39.50	38	84.00	78.00	65.50	49.50
13	63.50	59.00	49.50	37.50	39	85.00	79.00	66.50	50.00
14	63.50	59.00	49.50	37.50	40	85.00	79.00	66.50	50.00
15	61.50	57.00	48.00	36.00	41	91.50	85.00	71.50	54.00
16	61.50	57.00	48.00	36.00	42	91.50	85.00	71.50	54.00
17	65.50	61.00	51.50	38.50	43	93.50	87.00	73.00	55.00
18	65.50	61.00	51.50	38.50	44	93.50	87.00	73.00	55.00
19	71.00	66.00	55.50	42.00	45	92.50	86.00	72.50	54.50
20	71.00	66.00	55.50	42.00	46	92.50	86.00	72.50	54.50
21	78.50	73.00	61.50	46.00	47	97.00	90.00	72.50	54.50
22	78.50	73.00	61.50	46.00	48	97.00	90.00	72.50	54.50
23	72.00	67.00	56.50	42.50	49	110.00	102.00	85.50	64.50
24	72.00	67.00	56.50	42.50	50	110.00	102.00	85.50	64.50
25	73.00	68.00	57.00	43.00	51	106.50	99.00	83.00	62.50
26	73.00	68.00	57.00	43.00	52	106.50	99.00	83.00	62.50
					53	106.50	99.00	83.00	62.50

# STATISTICS

## REGISTERED EGG PRODUCERS BY PROVINCE

30

	1983	1982	1981	1980	1979
B.C.	177	181	183	190	192
Alta.	244	256	266	273	287
Sask.	100	104	104	111	104
Man.	246	246	248	249	255
Ont.	813	819	821	890	926
Que.	247	247	300	313	313
N.B.	27	27	28	29	33
N.S.	52	52	52	52	53
P.E.I.	32	33	35	36	40
Nfld.	37	37	37	38	38
Total	1975	2002	2074	2181	2241

# STATISTICS

## ESTIMATED INTERPROVINCIAL MOVEMENT

31

ESTIMATED INTERPROVINCIAL MOVEMENT OF TABLE EGGS DURING THE YEAR 1983

### COMPOSITE REPORT

<div> <div>BUYERS</div> <div>SELLERS</div> </div>	B.C.	ALTA	SASK	MAN	ONT	QUE	N.B.	N.S.	P.E.I.	NFLD	N.W.T.	EXPORT	TOTAL SALES 1983
B.C.													
ALTA	45339										57367		102706
SASK		102704		150									102854
MAN	184074	487584	130517		241593	2597		3000			922		1050287
ONT.						1548094	6700	3000		524	56		1558374
QUE					118695		23055	3789		480			146019
N.B.													-----
N.S.							76143			16251			92394
P.E.I.						55	7651	458					8164
NFLD						750		1500					2250
N.W.T.													-----
TOTAL PURCHASES 1983	229413	590288	130517	150	360288	1551496	113549	11747	-----	17255	58345		3063048

Data in boxes

The above excludes Cema Table export movement.

The above includes eggs removed under CEMA's Surplus Removal Program



*Touche Ross & Co.*

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

REPORT AND FINANCIAL STATEMENTS

DECEMBER 31, 1983



# *Touche Ross & Co.*

Chartered Accountants

## AUDITORS' REPORT

The Directors  
Canadian Egg Marketing Agency

We have examined the balance sheets of the Administration Account, Domestic Account and Export Account of the Canadian Egg Marketing Agency as at December 31, 1983 and the statements of Administration Account operations and balance of fund, Domestic Account operations and balance of fund, and Export Account operations and balance of fund for the fifty-three week period then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances, except as outlined in the following paragraph.

Due to the structure of the egg producers' levy and service fees, our verification of levy and service fees was limited to an examination of amounts recorded in the accounts.

In our opinion, except for the effects of any adjustments which might have been required had we been able to verify levy and service fees beyond those recorded in the accounts, these financial statements present fairly the financial position of the Canadian Egg Marketing Agency as at December 31, 1983 and the results of its operations for the fifty-three week period then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied on a basis consistent with that of the preceding period.

*Touche Ross & Co.*

Ottawa, Ontario  
February 23, 1984

Chartered Accountants



CANADIAN EGG MARKETING AGENCY  
BALANCE SHEET AS AT DECEMBER 31, 1983  
ADMINISTRATION ACCOUNT

	<u>1983</u>	<u>1982</u>
<u>ASSETS</u>		
Current		
Cash	\$2,219,403	\$1,240,216
Accounts receivable		
Levy and service fees - net of uncollectable amounts	552,577	411,722
Other	<u>146,905</u>	<u>144,771</u>
	<u>2,918,885</u>	<u>1,796,709</u>
Fixed		
Computer, equipment and leasehold improvements	738,851	646,988
Accumulated depreciation and amortization	<u>(318,062)</u>	<u>(184,507)</u>
	<u>420,789</u>	<u>462,481</u>
	<u>\$3,339,674</u>	<u>\$2,259,190</u>

LIABILITIES AND BALANCE OF FUND

Current		
Accounts payable and accrued liabilities	\$ 249,372	\$ 402,778
Contingencies and commitments (Note 3)	-	-
Balance of fund	<u>3,090,302</u>	<u>1,856,412</u>
	<u>\$3,339,674</u>	<u>\$2,259,190</u>

Approved on behalf of the Agency:

.....*[Signature]*.....Director

.....*[Signature]*.....Director





## CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

## BALANCE SHEET AS AT DECEMBER 31, 1983

## DOMESTIC ACCOUNT

	<u>1983</u>	<u>1982</u>
<u>ASSETS</u>		
Current		
Cash	\$ -	\$ 261,921
Accounts receivable		
Levy and service fees - net of uncollectable amounts	1,290,376	1,344,916
Egg sales	1,301,628	789,409
Other	282,474	282,792
Due from Export Account	220,075	2,141,939
Inventory		
Shell eggs	<u>959,870</u>	<u>351,275</u>
	<u>\$4,054,423</u>	<u>\$5,172,252</u>

LIABILITIES AND BALANCE OF FUND

Current		
Bank indebtedness	\$ 160,963	\$ -
Bank loan (Note 4)	650,000	550,000
Accounts payable and accrued liabilities	<u>2,573,210</u>	<u>1,443,700</u>
	<u>3,384,173</u>	<u>1,993,700</u>
Contingencies and commitments (Note 3)	-	-
Balance of fund	<u>670,250</u>	<u>3,178,552</u>
	<u>\$4,054,423</u>	<u>\$5,172,252</u>

Approved on behalf of the Agency:

.....*[Signature]*..... Director

.....*[Signature]*..... Director



Touche Ross &amp; Co.

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY  
BALANCE SHEET AS AT DECEMBER 31, 1983

EXPORT ACCOUNT

	<u>1983</u>	<u>1982</u>
<u>ASSETS</u>		
Current		
Cash	\$ -	\$ 13,524
Accounts receivable		
Levy and service fees - net of uncollectable amounts	1,119,998	603,391
Egg sales	716	1,696
Other	1,928	1,556
Inventory		
Shell eggs	273,517	-
	<u>1,396,159</u>	<u>620,167</u>
Fixed		
Egg imprinters	57,650	57,650
Accumulated depreciation	(23,060)	(11,530)
	<u>34,590</u>	<u>46,120</u>
	<u>\$1,430,749</u>	<u>\$ 666,287</u>

LIABILITIES AND BALANCE OF FUND

Current		
Bank indebtedness	\$ 165,782	\$ -
Bank loan (Note 4)	7,050,000	-
Accounts payable and accrued liabilities	502,555	5,781
Due to Domestic Account	220,075	2,141,939
	<u>7,938,412</u>	<u>2,147,720</u>
Contingencies and commitments (Note 3)	-	-
Balance of fund	(6,507,663)	(1,481,433)
	<u>\$1,430,749</u>	<u>\$ 666,287</u>

Approved on behalf of the Agency:

..... *[Signature]* ..... Director

..... *[Signature]* ..... Director



## CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

STATEMENT OF OPERATIONS AND BALANCE OF FUND  
FOR THE FIFTY-THREE WEEK PERIOD ENDED DECEMBER 31, 1983

## ADMINISTRATION ACCOUNT

	1983 (53 weeks)	1982 (52 weeks)
Revenue		
Levy and service fees	\$6,639,051	\$4,234,567
Interest	109,028	209,608
Other	40,001	38,692
	<u>6,788,080</u>	<u>4,482,867</u>
Expense		
Advertising	1,599,463	690,592
Promotion	552,951	210,201
Research	173,120	130,333
Depreciation and amortization	135,326	117,358
Meetings and travel	536,766	413,910
Per diems	106,046	73,590
Translation	36,574	31,771
Office	226,549	195,870
Equipment rentals	35,104	49,087
Postage	183,556	33,813
Rent	108,363	104,163
Salaries	1,228,521	1,136,348
Telephone and telex	150,530	160,769
Professional fees and consulting	371,719	485,278
Public relations	116,425	89,034
Uncollectable levy and service fees (recovered)	(11,333)	62,640
Other	4,510	1,419
	<u>5,554,190</u>	<u>3,986,176</u>
Excess of revenue over expense	1,233,890	496,691
Balance of fund, beginning of period	<u>1,856,412</u>	<u>1,359,721</u>
Balance of fund, end of period	<u><u>\$3,090,302</u></u>	<u><u>\$1,856,412</u></u>



*Touche Ross & Co.*

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

STATEMENT OF OPERATIONS AND BALANCE OF FUND  
FOR THE FIFTY-THREE WEEK PERIOD ENDED DECEMBER 31, 1983

DOMESTIC ACCOUNT

	1983 (53 weeks)	1982 (52 weeks)
Revenue		
Levy and service fees	\$ 9,405,528	\$10,493,360
Egg sales	18,044,708	15,227,794
Interest	69,099	618,515
Other	405	390
	<u>27,519,740</u>	<u>26,340,059</u>
Expense		
Trading operations		
Egg purchases	27,992,545	24,910,545
Transport and handling	726,749	722,082
Bad debts (recovered)	31,887	(9,551)
Dyeing and storage	595,186	493,331
Insurance	8,278	9,528
Interest	44,181	-
Other	565	2,413
Uncollectable levy and service fees (recovered)	(145,662)	137,626
Inter-account transfer (Note 5)	<u>774,313</u>	<u>-</u>
	<u>30,028,042</u>	<u>26,265,974</u>
Excess of (expense over revenue) revenue over expense	(2,508,302)	74,085
Balance of fund, beginning of period	<u>3,178,552</u>	<u>3,104,467</u>
Balance of fund, end of period	<u>\$ 670,250</u>	<u>\$ 3,178,552</u>



*Touche Ross & Co.*

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

STATEMENT OF OPERATIONS AND BALANCE OF FUND  
FOR THE FIFTY-THREE WEEK PERIOD ENDED DECEMBER 31, 1983

EXPORT ACCOUNT

	1983 (53 weeks)	1982 (52 weeks)
Revenue		
Levy and service fees	\$ 9,536,387	\$10,375,553
Egg sales	9,880,560	7,540,022
Other	48,402	29,652
Inter-account transfer (Note 5)	774,313	-
	<u>20,239,662</u>	<u>17,945,227</u>
Expense		
Trading operations		
Egg purchases	23,340,166	12,290,801
Processing	-	67,085
Transport and handling	377,992	421,459
Brokerage, customs and excise	235,978	38,683
Dyeing and storage	469,235	210,598
Oiling and sleeving	-	38,990
Materials	31,867	232,658
Insurance	-	18,237
Interest	582,609	626,693
Sales commissions	-	9,487
Stamping	-	83,233
Other	81,134	20,460
Depreciation	11,530	11,530
Donation	93,960	-
Uncollectable levy and service fees	41,421	123,235
	<u>25,265,892</u>	<u>14,193,149</u>
Excess of (expense over revenue) revenue over expense	(5,026,230)	3,752,078
Balance of fund, beginning of period	<u>(1,481,433)</u>	<u>(5,233,511)</u>
Balance of fund, end of period	<u><u>\$(6,507,663)</u></u>	<u><u>\$(1,481,433)</u></u>



CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS

DECEMBER 31, 1983

---

1. Activities of the Agency

a) Formation of the Agency

The Canadian Egg Marketing Agency was established in 1972 by the Governor in Council upon the recommendation of the National Farm Products Marketing Council to the federal and provincial Ministers of Agriculture to ensure the orderly marketing of eggs in Canada. The majority of information recorded by the Agency is provided by the accounting and reporting systems of the provincial egg marketing boards, who appoint their own independent auditors.

b) Levy and service fees

The provincial egg marketing boards have agreed to act as agents of the Agency for the collection, control and remittance of the levy imposed by the Agency. Further amounts are paid to the Agency by the provincial boards to finance the national product removal system pursuant to the supplementary federal-provincial agreement and in the case of Quebec and Alberta, through service fees payable pursuant to a commercial contract.

c) Removal activities

The Agency purchases, at the buy-back price, all eggs that meet Agency specifications which are declared by the provincial boards excess to their table market.

2. Significant accounting policies

a) Basis of accounting

Three funds have been established. The product removal levy and service fees are allocated to the Domestic Account and Export Account. All transactions involving the buying and selling of declared eggs are recorded in the Domestic Account for domestic sales of product excess to the table market and the Export Account for export sales of product excess to the domestic requirement. The administration levy and service fees and all administration expenses are recorded in the Administration Account.

b) Inventory

Inventory of shell eggs is valued at the lower of cost and net realizable value. Shell eggs consist of eggs declared to the Agency but unsold at the end of the period. All shell eggs were sold subsequent to the end of the period.



Canadian Egg Marketing Agency  
Notes to financial statements  
December 31, 1983

2. Significant accounting policies - continued

c) Fixed assets

Fixed assets are recorded at cost. Depreciation and amortization are calculated using the straight-line method in order to write off the cost of fixed assets over their anticipated useful lives as follows:

Office equipment	10 years
Computer	5 years
Egg imprinters	5 years
Leasehold improvements	over term of lease

3. Contingencies and commitments

- a) On February 21, 1980, the National Farm Products Marketing Council put into question the method by which the Agency assessed and previously collected a total of approximately \$593,000 in penalties related to over-quota production. An investigation has been carried out by Council and the results are presently under discussion.
- b) At December 31, 1983, the Agency had not received all the documentation needed to substantiate that a portion of the sales reflected in the Export Account were in fact export sales. Should it be established that these were sales for the domestic market, the net cost of these sales transactions will be charged to the Domestic Account. At December 31, 1983, the maximum contingent liability of the Domestic Account to the Export Account related to these sales amounted to approximately \$278,000.
- c) Lease commitments of the Agency for the next five years amount to \$167,958. Minimum annual lease payments for each of the next five years are as follows:

Year ending

1984	\$110,782
1985	52,222
1986	4,954
1987	-
1988	-
	<hr/>
	\$167,958
	<hr/>

Canadian Egg Marketing Agency  
Notes to financial statements  
December 31, 1983

4. Bank loans

The bank loans are secured by a general assignment of book debts.

5. Inter-account transfer

During the period, the Agency established that a portion of the sales previously reflected in the Export Account were sales for the domestic market. The net cost of these sales amounted to \$774,313 which resulted in an inter-account transfer.

6. Financial statement approval

These financial statements were approved by the Audit Committee of the Agency on February 23, 1984.



Office canadien de commercialisation des oeufs  
Notes complémentaires  
31 décembre 1983

### 3. Eventualités et engagements

c) Les paiements minimaux exigibles de l'Office en vertu de baux au cours des cinq prochains exercices s'élèvent à 167 958 \$ et s'établissent comme suit:

Exercice se terminant en	
1984	110 782 \$
1985	52 222
1986	4 954
1987	-
1988	-
	<u>167 958 \$</u>

### 4. Emprunt bancaire

Les emprunts bancaires sont garantis par une cession générale des créances.

### 5. Virement intercompte

Au cours de l'exercice, l'Office a établi qu'une partie des ventes antérieurement comptabilisées au compte d'exportation ont été vendues sur le marché national. Le coût net de ces ventes se chiffre à 774 313 \$ et a donné lieu à un virement intercompte.

### 6. Approbation des états financiers

Ces états financiers ont reçu l'approbation du comité de vérification de l'Office le 23 février 1984.



Office canadien de commercialisation des oeufs  
Notes complémentaires  
31 décembre 1983

-2-

## 2. Principales conventions comptables (suite)

### b) Stocks

Les stocks d'oeufs en coquille sont inscrits au coût ou à la valeur de réalisation nette, selon le moins élevé des deux montants. Les oeufs en coquille sont les oeufs déclarés à l'Office et non vendus à la fin de l'exercice. Tous les oeufs en coquille ont été vendus après la fin de l'exercice.

### c) Immobilisations

Les immobilisations sont comptabilisées au coût. Les amortissements sont calculés selon la méthode de l'amortissement linéaire à des taux permettant de radier le coût des immobilisations sur leur durée d'utilisation probable, comme suit:

Matériel de bureau	10 ans
Ordinateur	5 ans
Machines à étamper les oeufs	5 ans
Améliorations locatives	sur la durée du bail

## 3. Eventualités et engagements

a) Le 21 février 1980, le Conseil national de commercialisation des produits de ferme a mis en doute la méthode selon laquelle l'Office évaluait les amendes relatives à la surproduction d'oeufs par rapport aux quotas établis et procédait à leur perception. Ces amendes s'élevaient à environ 593 000 \$. Le Conseil a procédé à une enquête dont les résultats sont actuellement à l'étude.

b) Au 25 décembre 1982, l'Office n'avait pas reçu tous les renseignements nécessaires pour justifier qu'une partie des ventes comprises dans le compte d'exportation étaient en fait des ventes destinées à l'exportation. Si l'on obtenait la preuve que ces ventes étaient destinées au marché national, leur coût net serait imputé au compte national. Au 31 décembre 1983, la dette éventuelle maximale du compte national envers le compte d'exportation en ce qui a trait à ces ventes s'élevait à 278 000 \$.

1. Activités de l'Office

a) Formation de l'Office

L'Office canadien de commercialisation des oeufs a été formé en 1972 par le gouverneur en conseil à la suite d'une recommandation du Conseil national de commercialisation des produits de ferme aux ministres fédéral et provinciaux de l'Agriculture, afin d'assurer la commercialisation rationnelle des oeufs au Canada. La majorité des renseignements comptabilisés par l'Office provient des systèmes de comptabilité et d'information des agences provinciales de commercialisation des oeufs qui ont leurs propres vérificateurs indépendants.

b) Prélèvements et frais de service

Les agences provinciales de commercialisation des oeufs ont accepté d'exercer les fonctions d'agents de l'Office aux fins du recouvrement, du contrôle et de la remise des prélèvements imposés par l'Office. Les agences provinciales versent à l'Office des sommes additionnelles pour financer le programme national d'aliénation des produits selon l'entente fédérale-provinciale supplémentaire, et dans le cas du Québec, des frais de service conformément aux modalités d'un contrat commercial.

c) Activités d'aliénation

L'Office achète, au prix de l'achat, tous les oeufs que les agences provinciales ne peuvent vendre sur leur marché de "table" et qui répondent aux critères de l'Office.

2. Principales conventions comptables

a) Méthode de comptabilité

Trois fonds ont été créés. Les prélèvements et les frais de service sont répartis entre le compte national et le compte d'exportation. Toutes les opérations comportant l'achat et la vente des oeufs déclarés sont comptabilisées dans le compte national en ce qui a trait aux ventes nationales de produits excédant le marché de "table" et dans le compte d'exportation pour ce qui est des ventes à l'exportation de produits excédant la demande nationale. Les prélèvements et les frais de service à des fins d'administration et tous les frais d'administration sont comptabilisés dans le compte d'administration.



## OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFs

ÉTAT DES RÉSULTATS D'EXPLOITATION ET DU SOLDE DU FONDS  
DE L'EXERCICE DE 53 SEMAINES TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 1983

## COMPTE D'EXPORTATION

	1983 (53 semaines)	1982 (52 semaines)
Revenus		
Prélèvements et frais de service	9 536 387 \$	10 375 553 \$
Ventes d'oeufs	9 880 560	7 540 022
Autres revenus	48 402	29 652
Virement intercompte (note 5)	774 313	-
	<u>20 239 662</u>	<u>17 945 227</u>
Dépenses		
Opérations commerciales		
Achats d'oeufs	23 340 166	12 290 801
Traitement	-	67 085
Transport et manutention	377 992	421 459
Frais de courtage, droits de		
douanes et taxes d'accise	235 978	38 683
Teniture et entreposage	469 235	210 598
Huilage et emballage	-	38 990
Matières	31 867	232 658
Assurances	-	18 237
Frais d'intérêt	582 609	626 693
Frais de courtage sur ventes	-	9 487
Estampillage	-	83 233
Autres dépenses	81 134	20 460
Amortissements	11 530	11 530
Don	93 960	-
Prélèvements et frais de service		
Irrecouvrables	41 421	123 235
	<u>25 265 892</u>	<u>14 193 149</u>
Excédent (des dépenses sur les revenus) des	(5 026 230)	3 752 078
revenus sur les dépenses		
Solde du fonds au début de l'exercice	(1 481 433)	(5 233 511)
Solde du fonds à la fin de l'exercice	(6 507 663) \$	(1 481 433) \$



OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS

ETAT DES RESULTATS D'EXPLOITATION ET DU SOLDE DU FONDS  
DE L'EXERCICE DE 53 SEMAINES TERMINE LE 31 DECEMBRE 1983

COMPTE NATIONAL

	1983	1982	(52 semaines)	(53 semaines)
Revenus				
Prélèvements et frais de service	9 405 528 \$	10 493 360 \$	15 227 794	618 515
Ventes d'oeufs	18 044 708			390
Intérêts	69 099			
Autres revenus	405			
Dépenses				
Opérations commerciales	27 992 545	24 910 545	722 082	9 528
Achats d'oeufs				
Transport et maintenance	726 749	31 887	493 331	
Mauvaises créances (recouvrées)	31 887			
Telinture et entreposage	595 186			
Assurances	8 278			
Intérêts	44 181			
Autres dépenses	565			
Prélèvements et frais de service	(145 662)	137 626		
Irrecouvrables (recouvrés)	774 313			
Virement intercompte (note 5)				
Excédent (des dépenses sur les revenus)	(2 508 302)	74 085		
des revenus sur les dépenses				
Solde du fonds au début de l'exercice	3 178 552	3 104 467		
Solde du fonds à la fin de l'exercice	670 250 \$	3 178 552 \$		



OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS

ETAT DES RESULTATS D'EXPLOITATION ET DU SOLDE DU FONDS  
DE L'EXERCICE DE 53 SEMAINES TERMINE LE 31 DECEMBRE 1983

COMPTE D'ADMINISTRATION

	1983	1982
(53 semaines)		(52 semaines)
Revenus		
Prélèvements et frais de service	6 639 051 \$	4 234 567 \$
Intérêts	109 028	209 608
Autres revenus	40 001	38 692
	<u>6 788 080</u>	<u>4 482 867</u>
Frais		
Publicité	1 599 463	690 592
Promotion	552 951	210 201
Recherche	173 120	100 333
Amortissements	135 326	117 358
Réunions et déplacements	536 766	413 910
Indemnités quotidiennes de séjour	106 046	73 590
Traduction	36 574	31 771
Frais de bureau	226 549	195 870
Location de matériel	35 104	49 087
Affranchissement	183 556	33 813
Loyer	108 363	104 163
Salaires	1 228 521	1 136 348
Téléphone et téléx	150 530	160 769
Honoraires professionnels et de consultation	371 719	515 278
Relations publiques	116 425	89 034
Prélèvements et frais de service	(11 333)	62 640
Irrecouvrables (recouvrés)	4 510	1 419
Autres dépenses		
Excédent des revenus sur les dépenses	5 554 190	3 986 176
Solde du fonds au début de l'exercice	1 856 412	1 359 721
Solde du fonds à la fin de l'exercice	3 090 302 \$	1 856 412 \$



## OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES ŒUFS

BILAN AU 31 DECEMBRE 1983

COMPTÉ D'EXPORTATION

ACTIF

ACTIF	
1982	1983
<p>A court terme</p> <p>Encaisse</p> <p>Débiteurs</p> <p>Prélèvements et frais de service,</p> <p>moins les sommes irrécouvrables</p> <p>Ventes d'œufs</p> <p>Autres débiteurs</p> <p>Stocks</p> <p>Œufs en coquille</p> <p>Immobilisations</p> <p>Machines à étamer les œufs</p> <p>Amortissements cumulés</p>	<p>1 430 749 \$</p> <p>34 590</p> <p>(23 060)</p> <p>57 650</p> <p>1 396 159</p> <p>273 517</p> <p>1 119 998</p> <p>716</p> <p>1 928</p> <p>603 391</p> <p>1 696</p> <p>1 556</p> <p>620 167</p> <p>57 650</p> <p>(11 530)</p> <p>46 120</p> <p>666 287 \$</p>

PASSIF ET SOLDE DU FONDS

à court terme		
Découvert bancaire	165 782 \$	-
Emprunt bancaire (note 4)	7 050 000	-
Créditeurs et frais courus	502 555	5 781
À payer au compte national	220 075	2 141 939
	<u>7 938 412</u>	<u>2 147 720</u>
Éventualités et engagements (note 3)	-	-
Solde du fonds	(6 507 663)	(1 481 433)
Approuvé au nom de l'Office	1 430 749 \$	666 287 \$

Approuvé au nom de l'Office

....., administrateur

....., administrator



## OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES ŒUFS

BILAN AU 31 DECEMBRE 1983

COMPTON NATIONAL

1983	1982
ACTIF	
A court terme	
Encaisse	
Débiteurs	
Prélèvements et frais de service,	
moins les sommes irrécouvrables	
Ventes d'oeufs	
Autres débiteurs	
A recevoir du compte d'exportation	
Stocks	
Oeufs en coquille	
959 870	351 275
4 054 423 \$	5 172 252 \$

PASSIF ET SOLDE DU FONDS

A court terme		
Découvert bancaire	160 963 \$	550 000
Emprunt bancaire (note 4)	2 573 210	1 443 700
Créditeurs et frais courus	3 384 173	1 993 700
Éventualités et engagements (note 3)	-	-
Solde du fonds	670 250	3 178 552
	4 054 423 \$	5 172 252 \$
Approuvé au nom de l'Office		

Approuvé au nom de l'Office

....., administrator

administrateur, ...

## OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES ŒUVRES

BILAN AU 31 DÉCEMBRE 1983

COMPTÉ D'ADMINISTRATION

ACTIF

1983

1982

A court terme

Encalisse

Debiteurs

Prélèvements et frais de service,

moins les sommes irrécouvrables

Autres débiteurs

Immobilisations

Ordinateur, matériel

et améliorations locales

Amortissements cumulés

PASSIF ET SOLDE DU FONDS

A court term

Créditeurs et frais courus

Eventualités et engagements (note 3)

Solde du fonds

Approuvé au nom de l'Office

admissionstempel

Administrateur

249 372 \$	3 339 674 \$
402 778 \$	1 856 412
-	-
	2 259 190 \$

2 219 403 \$	1 240 216 \$
552 577	411 722
146 905	144 771
2 918 885	1 796 709
738 851	646 988
(318 062)	(184 507)
420 789	462 481
3 339 674 \$	2 259 190 \$

RAPPORT DES VÉRIFICATEURS

Les directeurs de  
l'Office canadien de commercialisation des oeufs

Nous avons vérifié les bilans du Compte d'administration, du Compte national et du Compte d'exportation de l'Office canadien de commercialisation des oeufs au 31 décembre 1983 ainsi que l'état des résultats d'exploitation et du solde du Compte d'administration, l'état des résultats d'exploitation et du solde du Compte national et l'état des résultats d'exploitation et du solde du Compte d'exportation de l'exercice de 53 semaines terminée à cette date. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues, et a comporté par conséquent les sondages et autres procédés que nous avons jugés nécessaires dans les circonstances, à l'exception de ce qui est mentionné dans le paragraphe ci-dessous.

En raison de la structure des prélèvements sur la production d'oeufs et des frais de service, notre vérification des prélèvements et des frais de service s'est limitée à un examen des montants comptabilisés.

À notre avis, à l'exception de l'effet des éventuels redressements que nous aurions pu juger nécessaires si nous avions été en mesure de vérifier les prélèvements et les frais de service au-delà des montants comptabilisés, ces états financiers présentent fidèlement la situation financière de l'Office canadien de commercialisation des oeufs au 31 décembre 1983 ainsi que les résultats de son exploitation pour l'exercice de 53 semaines terminée à cette date selon les principes comptables généralement reconnus, appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

*Touche Ross & Cie*

Ottawa (Ontario)  
Le 23 février 1984

Comptables agréés







31 DÉCEMBRE 1983

RAPPORT ET ÉTATS FINANCIERS

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES ŒUFS

*Touche Ross & Co*

## 18-

# RAPPORT COMPOSITE

ÉVALUATION DU MOUVEMENT INTERPROVINCIAL DES OEUFS DESTINÉS À LA TABLE EN 1983

[illegible]

Toutes les données sont en nombre de boîtes.

Les données ci-dessus excluent le produit que l'OCCO dirige vers les exportations.

Les données ci-dessus incluent les oeufs écoulés dans le cadre du programme d'écoulement des excédents de l'OCCO.

# STATISTIQUES

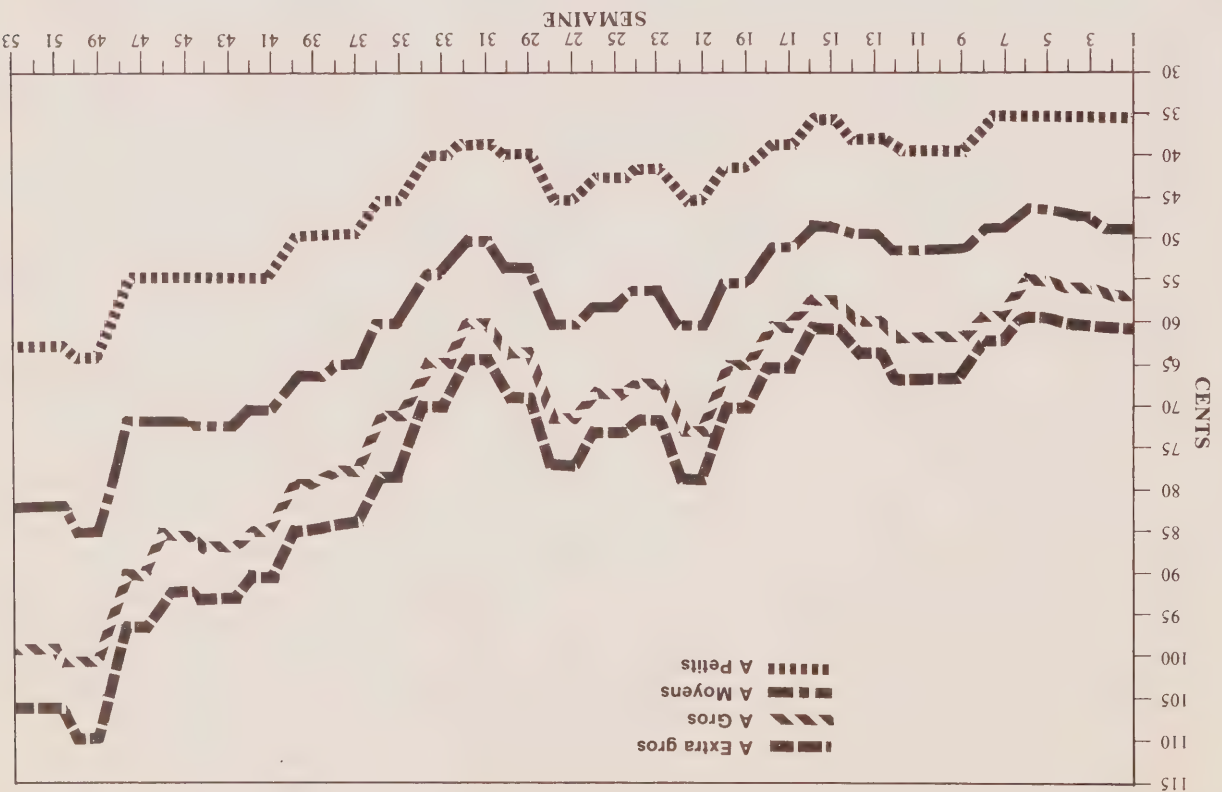
## NOMBRE DE PRODUCTEURS ENREGISTRÉS DANS CHAQUE PROVINCE

30

	1983	1982	1981	1980	1979
C.B.	177	181	183	190	192
Alb.	244	256	266	273	287
Sask.	100	104	104	111	104
Man.	246	246	248	249	255
Ont.	813	819	821	890	926
Qc.	247	247	300	313	313
N.B.	27	27	28	29	33
N.E.	52	52	52	52	53
I.-P.-E.	32	33	35	36	40
T.-N.	37	37	37	38	38
TOTAL	1975	2002	2074	2181	2241



# STATISTIQUES PRIX VERSÉS AUX DÉCOUVILLEURS/1983



Source: OCCO

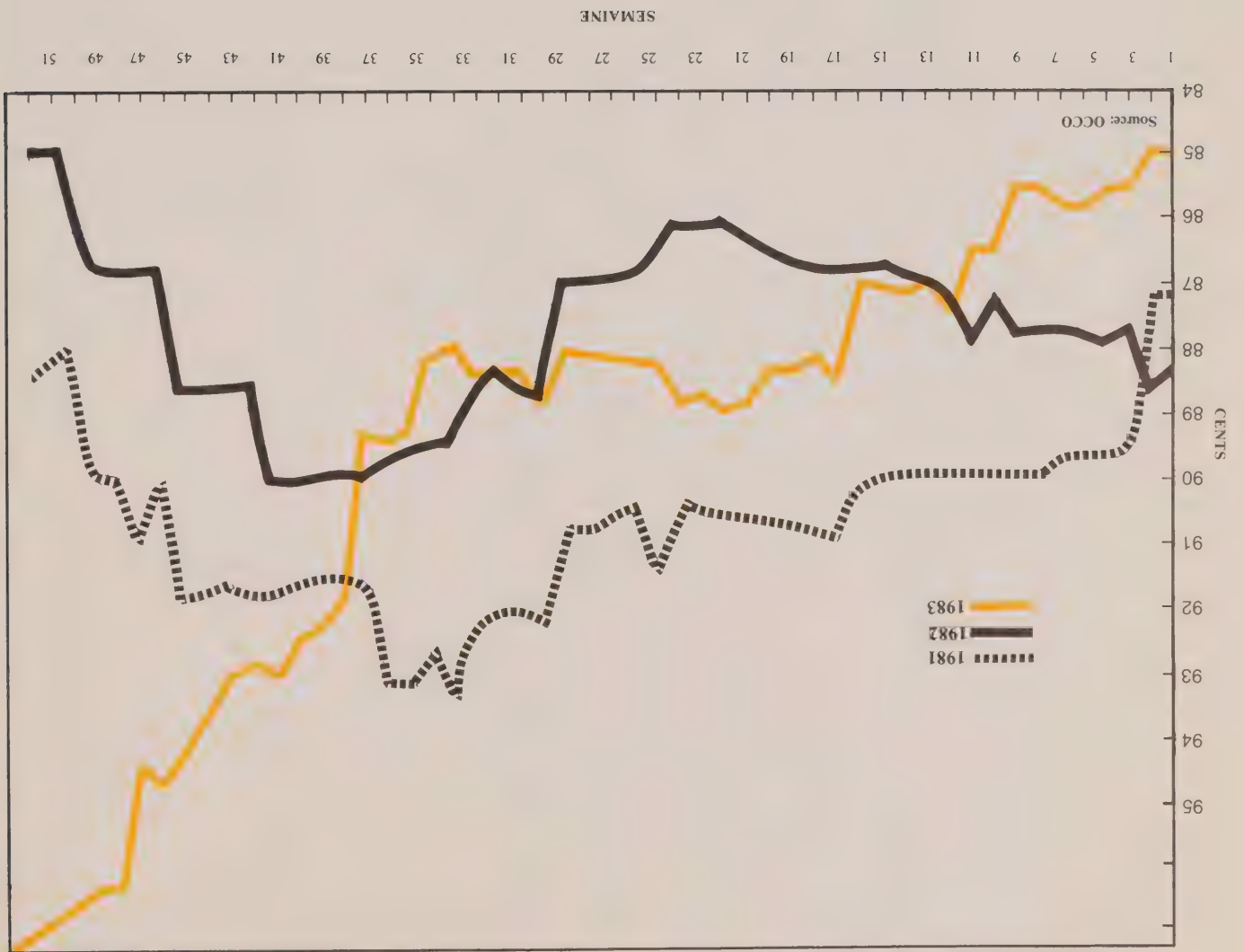
PRIX VERSÉS AUX DÉCOUVILLEURS EN CENTS DOUZ. (TOUTES CATÉGORIES)  
EN ONTARIO

1983	SEMAINE	AEG	AG	AM	AP
1	1	61,50	57,00	48,00	36,00
2	2	61,50	57,00	48,00	36,00
3	3	60,50	56,00	47,00	35,50
4	4	60,50	56,00	47,00	35,50
5	5	59,00	55,00	46,00	35,00
6	6	59,00	55,00	46,00	35,00
7	7	62,50	58,00	48,50	36,50
8	8	62,50	58,00	48,50	36,50
9	9	67,00	62,00	52,00	39,50
10	10	67,00	62,00	52,00	39,50
11	11	67,00	62,00	52,00	39,50
12	12	67,00	62,00	52,00	39,50
13	13	63,50	59,00	49,50	37,50
14	14	63,50	59,00	49,50	37,50
15	15	61,50	57,00	48,00	36,00
16	16	61,50	57,00	48,00	36,00
17	17	65,50	61,00	51,50	38,50
18	18	65,50	61,00	51,50	38,50
19	19	71,00	66,00	55,50	42,00
20	20	71,00	66,00	55,50	42,00
21	21	78,50	73,00	61,50	46,00
22	22	78,50	73,00	61,50	46,00
23	23	72,00	67,00	56,50	42,50
24	24	72,00	67,00	56,50	42,50
25	25	73,00	68,00	57,00	43,00
26	26	73,00	68,00	57,00	43,00
27	27	77,50	72,00	60,50	45,50
28	28	77,50	72,00	60,50	45,50
29	29	68,00	63,00	53,00	40,00
30	30	68,00	63,00	53,00	40,00
31	31	64,50	60,00	50,50	38,00
32	32	64,50	60,00	50,50	38,00
33	33	70,00	65,00	54,50	41,00
34	34	70,00	65,00	54,50	41,00
35	35	77,50	72,00	60,50	45,50
36	36	77,50	72,00	60,50	45,50
37	37	84,00	78,00	65,50	49,50
38	38	84,00	78,00	65,50	49,50
39	39	85,00	79,00	66,50	50,00
40	40	85,00	79,00	66,50	50,00
41	41	91,50	85,00	71,50	54,00
42	42	91,50	85,00	71,50	54,00
43	43	93,50	87,00	73,00	55,00
44	44	93,50	87,00	73,00	55,00
45	45	92,50	86,00	72,50	54,50
46	46	92,50	86,00	72,50	54,50
47	47	97,00	90,00	72,50	54,50
48	48	97,00	90,00	72,50	54,50
49	49	110,00	102,00	85,50	64,50
50	50	110,00	102,00	85,50	64,50
51	51	106,50	99,00	83,00	62,50
52	52	106,50	99,00	83,00	62,50
53	53	106,50	99,00	83,00	62,50

# STATISTIQUES

PRIX MOYEN PONDÉRÉ VERSÉ AUX  
PRODUCTEURS CANADIENS 1981/1982/1983

28



# STATISTIQUES

## EXCÉDENTS ET IMPORTATIONS

# STATISTIQUES

## PRIX MOYEN PONDERÉ VERSE AUX PRODUCTEURS

1983  
SEMAINE EXCÉDENTS.TOTAUX IMPORTATIONS

1	44 330	MOY.	TOT.
2	128 529	53	3 654 553
3	110 071	52	68 954
4	92 591	51	76 939
5	93 921	50	42 218
6	81 270	49	30 724
7	91 094	48	31 411
8	66 731	47	39 066
9	89 301	46	57 791
10	64 731	45	39 066
11	43 567	44	41 257
12	49 234	43	48 286
13	45 822	42	45 701
14	29 599	41	62 995
15	37 091	40	65 783
16	66 239	39	70 222
17	52 545	38	69 843
18	72 482	37	85 719
19	85 411	36	78 302
20	103 385	35	52 526
21	89 802	34	47 641
22	72 772	33	71 451
23	77 909	32	62 995
24	76 943	31	83 469
25	70 837	30	76 613
26	82 509	29	92 118
27	96 344	28	83 469
28	96 270	27	87 166
29	87 166	26	83 469
30	88 4	25	76 613
31	88 4	24	92 118
32	88 4	23	83 469
33	88 4	22	76 613
34	88 4	21	92 118
35	88 4	20	83 469
36	88 4	19	76 613
37	88 4	18	92 118
38	88 4	17	83 469
39	88 4	16	76 613
40	88 4	15	92 118
41	88 4	14	83 469
42	88 4	13	76 613
43	88 4	12	92 118
44	88 4	11	83 469
45	88 4	10	76 613
46	88 4	9	92 118
47	88 4	8	83 469
48	88 4	7	76 613
49	88 4	6	92 118
50	88 4	5	83 469
51	88 4	4	76 613
52	88 4	3	92 118
53	88 4	2	83 469
54	88 4	1	76 613
55	88 4	0	92 118
56	88 4	0	83 469
57	88 4	0	76 613
58	88 4	0	92 118
59	88 4	0	83 469
60	88 4	0	76 613
61	88 4	0	92 118
62	88 4	0	83 469
63	88 4	0	76 613
64	88 4	0	92 118
65	88 4	0	83 469
66	88 4	0	76 613
67	88 4	0	92 118
68	88 4	0	83 469
69	88 4	0	76 613
70	88 4	0	92 118
71	88 4	0	83 469
72	88 4	0	76 613
73	88 4	0	92 118
74	88 4	0	83 469
75	88 4	0	76 613
76	88 4	0	92 118
77	88 4	0	83 469
78	88 4	0	76 613
79	88 4	0	92 118
80	88 4	0	83 469
81	88 4	0	76 613
82	88 4	0	92 118
83	88 4	0	83 469
84	88 4	0	76 613
85	88 4	0	92 118
86	88 4	0	83 469
87	88 4	0	76 613
88	88 4	0	92 118
89	88 4	0	83 469
90	88 4	0	76 613
91	88 4	0	92 118
92	88 4	0	83 469
93	88 4	0	76 613
94	88 4	0	92 118
95	88 4	0	83 469
96	88 4	0	76 613
97	88 4	0	92 118
98	88 4	0	83 469
99	88 4	0	76 613
100	88 4	0	92 118

SEMAINE PRIX DE 1982 PRIX DE 1983

1	88,2	85,1
2	88,4	85,1
3	87,5	85,7
4	87,8	85,7
5	87,7	85,9
6	87,6	85,9
7	87,5	86,7
8	87,6	86,7
9	87,1	86,6
10	87,8	86,6
11	86,9	87,4
12	86,8	87,1
13	86,8	87,2
14	86,6	87,1
15	86,6	87,1
16	86,7	88,6
17	86,6	88,3
18	86,4	88,4
19	86,3	88,4
20	86,1	88,8
21	85,9	88,9
22	86,0	88,7
23	85,8	88,9
24	86,6	88,3
25	86,9	88,2
26	86,9	88,2
27	86,9	88,1
28	86,8	88,1
29	88,6	88,8
30	88,5	88,4
31	88,2	88,4
32	88,5	88,5
33	89,3	89,1
34	89,3	88,2
35	89,5	89,3
36	89,6	89,4
37	89,8	89,3
38	89,7	91,8
39	89,8	92,3
40	89,8	92,5
41	89,8	92,9
42	88,3	92,8
43	88,5	92,9
44	88,4	93,3
45	88,5	94,3
46	86,6	94,6
47	86,6	94,5
48	86,6	96,3
49	86,5	96,4
50	84,8	96,7
51	84,8	96,9
52	84,7	97,2
53		97,3



# STATISTIQUES ALLOCATIONS ET INVENTAIRES

MOIS	ALLOCA.	INVENT.	ALLOCA.	INVENT.	ALLOCA.	INVENT.	ALLOCA.	INVENT.	ALLOCA.	INVENT.	ALLOCA.	INVENT.	MOYENNE
JANVIER	2 561 250	1 456 650@	1 575 130	1 492 278	734 233	685 380	2 419 730	2 293 356	7 967 145	7 566 945	3 381 682	3 185 838+	2 451 088
FÉVRIER	2 459 458@	1 481 095	1 481 725	689 355	689 355	694 260	2 270 190	2 248 088	7 544 350	7 544 350	3 138 612+	3 138 612+	2 435 854@
MARS	2 432 480@	1 481 725	1 481 725	694 260	694 260	694 260	2 248 088	2 248 088	7 557 466	7 557 466	3 183 004+	3 183 004+	2 444 016@
AVRIL	2 471 355@	1 506 769@	1 506 769@	689 961	689 961	689 961	2 318 736@	2 318 736@	7 536 170	7 536 170	3 210 775+	3 210 775+	2 461 438@
MAI	2 453 514@	1 490 851@	1 490 851@	692 009	692 009	692 009	2 273 044@	2 273 044@	7 466 561	7 466 561	3 268 786+	3 268 786+	2 426 939@
JUIN	2 454 861@	1 488 340@	1 488 340@	697 056	697 056	697 056	2 286 392	2 286 392	7 551 359	7 551 359	3 102 565+	3 102 565+	2 461 839@
JUILLET	2 454 654@	1 488 387	1 488 387	693 592	693 592	693 592	2 236 037	2 236 037	7 453 202	7 453 202	3 184 196+	3 184 196+	2 493 857
AOÛT	2 426 939@	1 492 593	1 492 593	686 082	686 082	686 082	2 291 826	2 291 826	7 453 649	7 453 649	3 175 132+	3 175 132+	2 435 854@
SEPTEMBRE	2 461 839@	1 493 857	1 493 857	695 397	695 397	695 397	2 255 049	2 255 049	7 558 397	7 558 397	3 191 644+	3 191 644+	1 484 560
OCTOBRE	2 461 438@	1 469 911	1 469 911	695 771	695 771	695 771	2 293 556	2 293 556	7 487 196	7 487 196	3 254 585+	3 254 585+	1 486 478
NOVEMBRE	2 444 016@	1 486 478	1 486 478	692 272	692 272	692 272	2 254 533	2 254 533	7 489 867	7 489 867	3 241 376+	3 241 376+	1 488 070
DÉCEMBRE	2 435 854@	1 484 560	1 484 560	668 015	668 015	668 015	2 276 552	2 276 552	7 505 833	7 505 833	3 285 141+	3 285 141+	689 929
MOYENNE	2 451 088	1 488 070	1 488 070	689 929	689 929	689 929	2 274 780	2 274 780	7 521 750	7 521 750	3 201 805	3 201 805	

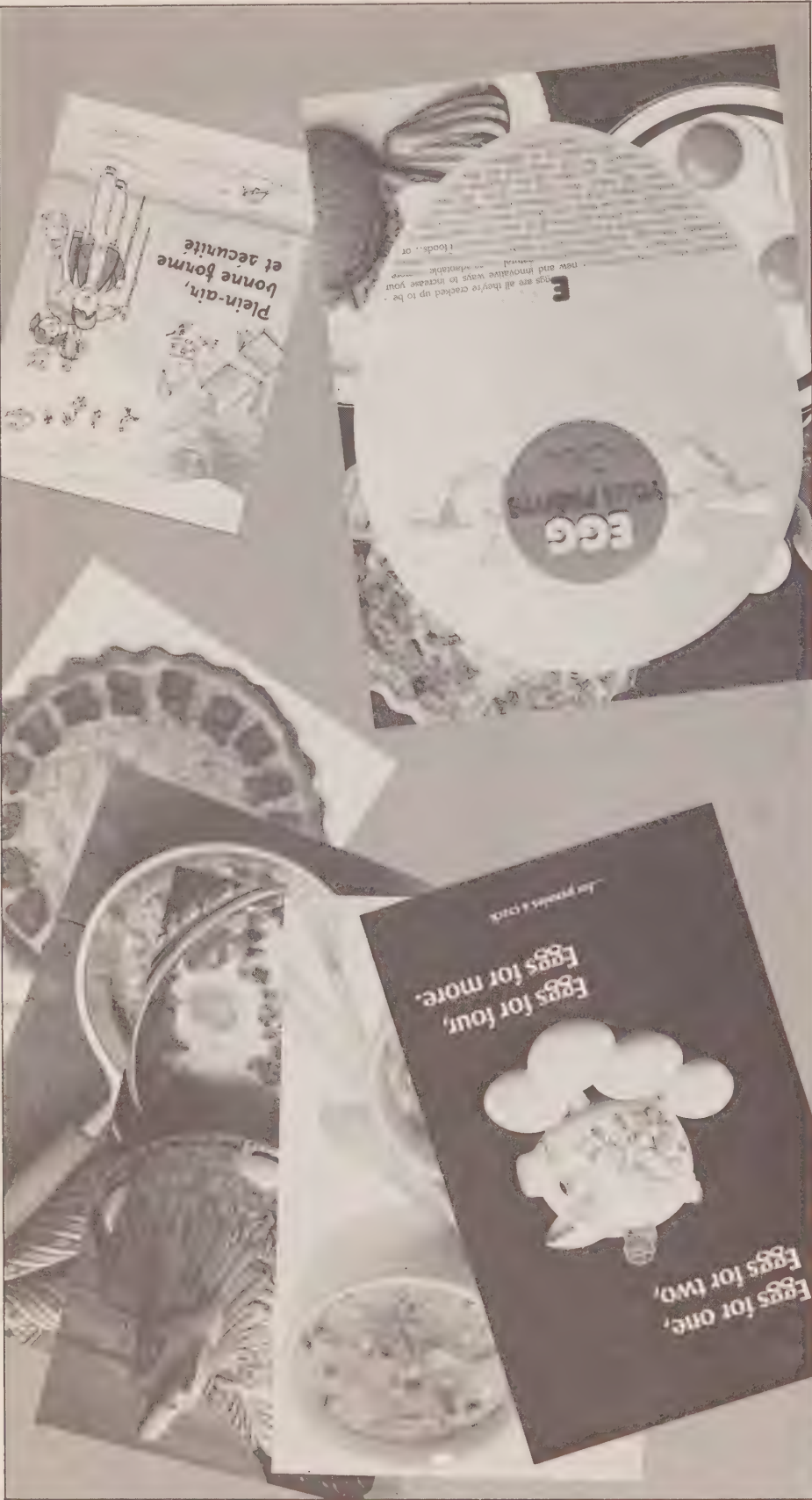
NOUVEAU-BRUNSWICK	NOUVELLE-ÉCOSSE	ÎLE-DE-PRINCE-ÉDOUARD	TERRE-NEUVE	TOTALX 1983	TOTALX 1982
ALLOCA. INVENT. 419 229 384 260	ALLOCA. INVENT. 877 162 838 521@	ALLOCA. INVENT. 143 731 134 881	ALLOCA. INVENT. 443 127 356 608	19 394 717	19 390 140
FÉVRIER 379 977	843 406 (Fév. 19)	134 500	357 633	19 298 576	19 254 063
MARS 372 794	825 676@ (Mars 19)	117 130	338 986	19 251 609	19 208 406
AVRIL 399 168	799 681@ (Avril 16)	134 958	361 887	19 429 460	19 205 719
MAI 397 037	842 547 (Mai 14)	135 478	371 013	19 390 840	19 150 591
JUIN 400 447	842 023 (Juin 11)	136 132	377 151	19 336 326	19 250 408
JUILLET 394 878	843 543@ (Juil. 9)	134 128	378 814	19 261 431	19 246 059
AOÛT 380 461	845 446 (Août 6)	134 156	397 181	19 373 465	19 281 610
SEPTEMBRE 395 465	817 960 (Sept. 3)	113 386	363 217	19 346 211	19 125 197
OCTOBRE 408 803	810 934 (Oct. 29)	127 940	362 222	19 372 356	19 142 758
NOVEMBRE 398 667	852 491@ (Nov. 26)	132 316	362 500	19 354 516	19 194 769
DÉCEMBRE 380 228	838 248@ (Dec. 24)	138 113	395 498	19 408 042	19 314 663
MOYENNE 391 015	833 373	131 093	368 559	19 351 462	19 230 365

\* Le terme "allocation" signifie le contingent total émis conformément aux dispositions de l'Accord fédéral-provincial.  
 \*\* À moins d'avis contraire, le terme "inventaire" signifie le nombre de ponduses retrouvées dans un troupeau provincial, selon les données fournies par les offices provinciaux.  
 @ Sous vérification  
 + Vérification par l'O.C.C. (C) Police prov.

Conjointement avec la Commonwealth Holiday Inn, l'OCCO parait, en juin, une campagne promotionnelle à l'échelle nationale. La réponse favorable obtenue de la chaîne Holiday Inn et de ses clients face à cette promotion a aidé à susciter un intérêt national envers les oeufs. Un sondage interne effectué ultérieurement dans les restaurants et les hôtels a permis à l'OCCO de préparer un catalogue en quatre couleurs des articles promotionnels offerts à l'industrie.

Au mois de mai, le service de marketing tenait un colloque de trois jours à l'intention des responsables de la promotion des offices provinciaux dans le but de coordonner les efforts déployés dans ce domaine à l'échelle nationale et provinciale. Plusieurs sujets traités lors de ce colloque ont été incorporés dans le plan de marketing pour l'année 1984. Suite à cette rencontre, plusieurs provinces ont ajusté leur publicité de sorte à convenir davantage aux calendriers de l'OCCO. Parmi les principales composantes de la publicité nationale, l'an dernier, on retrouvait les messages radiodiffusés et quatre annonces (en quatre couleurs) destinées à des revues diverses et mettant en vedette des recettes tirées du livre intitulé "Des idées et des oeufs".

Le service a aussi été très emballé par la réponse vis-à-vis ce livre de recettes. Suite à un envoi par courrier direct et la distribution gratuite de cet ouvrage, le service avait répondu à plus de 600 000 demandes.





Le service de marketing de l'OCCO est responsable de promouvoir l'image et la consommation d'œufs au sein des consommateurs canadiens.

En 1983, le service mettait au point un outil de référence, soit le planographie, qui décrit les diverses stratégies de marketing de l'OCCO et dans lequel on retrouve des renseignements utiles sur ses différentes composantes promotionnelles.

Le planographie inclut aussi une documentation élaborée par l'OCCO et que peuvent utiliser les offices provinciaux. Ce matériel contient des renseignements publicitaires et des scripts destinés à la radio, des annonces à imprimer, des transferts photo-mécaniques et du travail graphique prêt pour l'impression.

En 1983, l'OCCO a complété les troisième et quatrième étapes de son suivi national entrepris en 1982. Plus de 2 000 répondants furent interrogés à chacune des étapes de sorte que l'Office bénéficie d'une connaissance plus vaste de l'attitude et des tendances des consommateurs vis-à-vis les œufs. Les données provenant de ce suivi ont beaucoup aidé à définir les objectifs et les stratégies de marketing.

Au début de chaque étape, le suivi fut mis à jour et de nouvelles questions ont été ajoutées au sondage. Les résultats de l'étude ont été soumis aux offices provinciaux.

L'étude révèle que la majorité des consommateurs jugent les œufs comme une bonne ou une excellente valeur d'achat pour leur argent. Par ailleurs, le sondage indiquait aussi que les consommateurs considéraient les œufs comme un aliment réservé au petit déjeuner.

Dans un effort pour changer cette image des œufs et, du même coup, d'en accroître la consommation, les campagnes publicitaires et promotionnelles que l'Office entreprenait l'an dernier mettaient l'accent sur les facteurs dont les œufs pouvaient être appréciés à l'occasion d'autres repas.

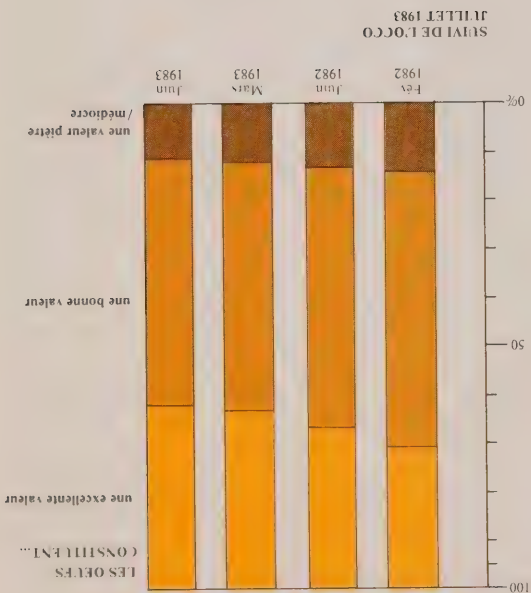
Durant l'année, le service de marketing a repoussé ses horizons en incluant la recherche pour le développement de nouveaux produits. Ce secteur exige une mise à l'essai rigoureuse des nouveaux concepts sur le marché.

Par exemple, l'OCCO appuie actuellement un projet de recherche de l'Université de Toronto qui vise la mise au point de nouveaux produits alimentaires comme des déjeuners instantanés et des formules diététiques à base d'œufs liquides.

Un des objectifs du service de marketing est de renseigner les consommateurs de demain. Grâce à son livre de ressources, une publication nationale à l'intention des enseignants, l'Office fournit le matériel nécessaire pour fin d'utilisation dans les salles de classe.

L'été dernier, un petit fascicule sur la sécurité à l'intention des enfants a été publié en français et distribué au Québec. Sa version anglaise sera aussi disponible en 1984.

Nous avons multiplié nos efforts dans le secteur des services alimentaires afin de rehausser l'image des œufs dans les restaurants et les salles à dîner des hôtels d'un coin à l'autre du pays.





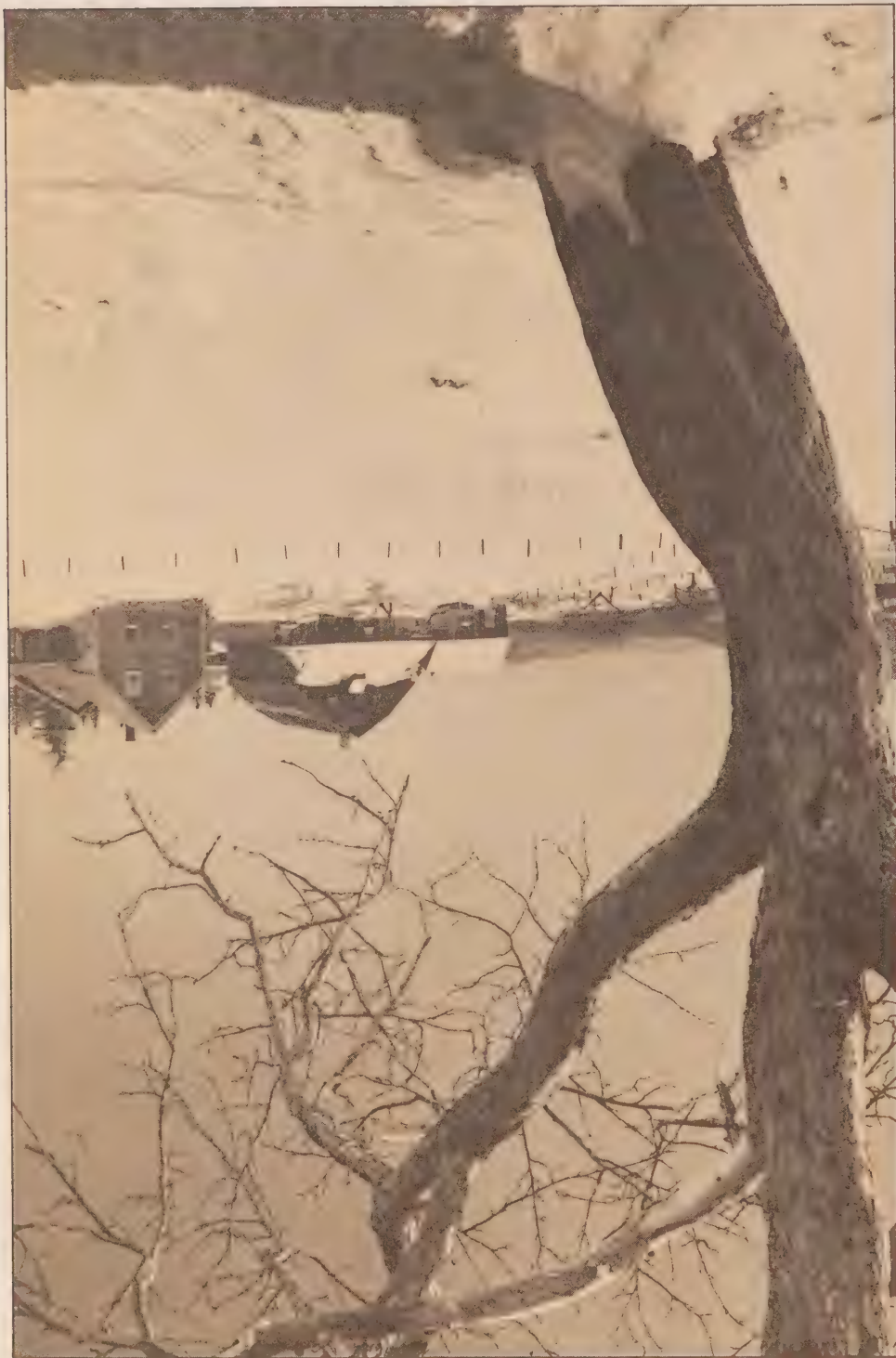
## COMITÉ POUR LE MARKETING

Le comité pour le marketing est emballé par l'intérêt que manifestent les diverses parties dans le travail d'équipe: l'OCCO, les offices provinciaux et les agences publicitaires. Ce nouvel esprit de collaboration peut croître encore davantage ce qui aurait comme résultat de créer une image des plus positives de notre industrie sur le marché canadien. Une telle attitude suscitera un intérêt marqué envers le produit, aidera la consommation et plus important encore, elle sera utile aux producteurs d'œufs du Canada.

Les résultats annuels sont les suivants:  
 233 or  
 181 argent  
 515 rouge  
 358 qui ne se sont pas qualifiés.

L'an dernier, l'OCCO et les inspecteurs provinciaux ont visité 1 287 installations. Les producteurs qui méritent une note entre 100 et 91 reçoivent un certificat or, ceux dont la note varie entre 90 et 86 obtiennent un certificat argent alors qu'un certificat rouge est décerné à ceux dont la note se situe entre 85 et 80.

Les résultats annuels sont les suivants:



## COMITE POUR LA QUALITE DES OEUFS

L'industrie canadienne de la transformation se voit refuser certains marchés étrangers étant donné la pâleur du jaune d'œufs produits dans l'Ouest du pays. C'est ce qu'apprenait le comité pour la qualité des œufs lors de sa réunion du 6 décembre 1983. Les consommateurs de certains pays, comme au Japon, insistent sur des jaunes foncés et n'acceptent tout simplement pas les œufs produits dans les provinces de l'Ouest.

La couleur des jaunes est déterminée par la ration alimentaire des poules. Dans l'Ouest canadien, la moulée servie est à base de blé ce qui donne pour résultat des jaunes plus pâles alors que dans l'Est, où la moulée est à base de maïs, les jaunes sont plus foncés.

On ne permet pas aux transformateurs de colorer les jaunes dans le but de les rendre plus foncés.

Suite à sa réunion, le comité a entrepris une étude servant à déterminer les coûts relatifs à l'adjonction de luzerne dans la moulée, toujours dans le but de rendre les jaunes plus foncés. Les résultats de cette étude seront révélés à la première réunion que tiendra le comité en 1984.

Certains membres du comité se préoccupent de l'impact du changement de la couleur du jaune sur les marchés locaux. Puisque le mandat de l'OCCO n'inclut pas la production d'œufs destinés à la vente sur les marchés étrangers, le rôle de l'Office, dans cette affaire, fait actuellement l'objet de discussions.

Depuis la venue du Code d'éthique et de gestion agricole au printemps dernier, ainsi que le programme connexe de récompenses, le rendement des producteurs a été des plus plaisants. Ce code, rédigé par le comité, stipule certaines normes régissant la production d'œufs.





## COMITÉ DE LA VÉRIFICATION

Au cours des quelques dernières années, le Conseil d'administration de l'OCCO s'est tourné vers son comité de la vérification pour déterminer la précision des états financiers et l'efficacité du rendement des divers services.

Suite à la vérification de fin d'année de 1982, le comité se réunissait en mars avec la direction et les vérificateurs de l'Office. Il était alors convenu que les états financiers pour l'exercice terminé étaient satisfaisants et que la situation financière de l'Office était protégée par des mesures acceptables.

À ce moment, la direction de l'OCCO recommandait que l'Office élabore un système comptable entièrement informatisé. Le comité acceptait cette suggestion que le Conseil d'administration approuvait ensuite. Le cabinet Touche Ross et Cie fut choisi pour entreprendre la vérification du système automatisé et assurer la transcription de tous les dossiers et l'application des mesures sécuritaires nécessaires.

Aux alentours de la réunion que tenait le comité en décembre, le transfert d'un système à l'autre était pratiquement complet. Le cabinet Touche Ross avisait le comité que le procédé s'était déroulé de façon satisfaisante et que toutes les fonctions comptables prévues pour 1984 pourraient être entièrement automatisées.

Lors de cette réunion, on a aussi étudié la possibilité d'effectuer une vérification périodique, soit interne ou externe, des procédures du nouveau système ainsi que des mesures sécuritaires connexes. Le comité prévoit qu'une telle vérification périodique commencera vers le milieu de 1984.

## COMITÉ POUR LE BUDGET

En 1983, les efforts qu'ont déployés le comité en titre et la direction de l'OCCO pour établir un système automatisé d'analyse des déboursés durant l'exercice financier ont été couronnés de succès.

Cette nouvelle méthode a permis aux services de mieux surveiller leurs budgets quant à leurs déboursés durant l'année.

Dans le cadre de l'évaluation du rendement de la direction, la recommandation du comité voulant que l'Office présente une explication détaillée des articles budgétaires variant d'au moins 10 pour cent s'est révélée fort utile.





## COMITE EXECUTIF

Durant l'année, le comité exécutif s'est réuni à sept reprises dont trois qui ont été prolongées d'une demi-journée de sorte à inclure les séances mixtes avec l'exécutif du CNCPA.

Le comité s'est dit satisfait des échanges et du travail accompli lors des réunions mixtes tenues entre les exécutifs de l'OCCO et du CNCPA.

Des ententes ont été conclues sur les facteurs relatifs à la main-d'œuvre et aux investissements dans le cadre de la formule du coût de production suite à des recommandations découlant des audiences convoquées par le CNCPA en 1982. Un accord a aussi été conclu quant à la méthode choisie pour rembourser les producteurs étant donné les pertes encourues durant le gel de prix d'une durée de deux mois l'automne dernier.

Le comité exécutif s'est vivement intéressé à la question de l'augmentation de la production au printemps dernier ainsi qu'à l'impact négatif que la situation exerçait sur le programme d'écoulement des excédents. Il recommandait, lors de la réunion que tenait le Conseil d'administration en juillet, qu'une baisse de cinq pour cent soit appliquée aux contingents à l'échelle du Canada. Ultérieurement, le Conseil adoptait cette mesure.

Le comité est d'avis qu'une étude plus détaillée du système de pénalisation de l'OCCO s'impose et en fit la recommandation aux administrateurs de l'OCCO lors de leur réunion de décembre.

En 1983, un sous-comité exécutif était responsable d'étudier et de reformuler les règlements de l'Office. Ce travail devrait être complet d'ici la mi-mars 1984.

## COMITE DU COUT DE PRODUCTION

Les deux principaux sujets abordés par ce comité l'an dernier sont (1) les rendements et les investissements dans le cadre de la formule d'établissement des prix et (2), les préparatifs en vue du sondage de mise à jour sur le CDP devant se dérouler durant les mois de mars et avril.

En ce qui touche la question des rendements par rapport à la main-d'œuvre et aux investissements, la Commission d'enquête du CNCPA créée en 1982 pour étudier la formule du CDP avait recommandé que les rendements par rapport aux investissements soient établis selon la valeur nette aux livres des actifs plutôt que sur la base des coûts originaux non amortis. La Commission avait aussi recommandé qu'une étude soit effectuée dans le but d'établir un salaire qui soit juste et équitable pour la main-d'œuvre. Suite à des consultations auprès du comité pour le CDP, l'OCCO a demandé qu'une étude soit également entreprise sur la possibilité d'obtenir des données statistiques fiables quant aux heures de main-d'œuvre.

Suite à cette étude, l'OCCO et le CNCPA acceptaient de rehausser les rendements quant à la main-d'œuvre et d'utiliser la valeur nette aux livres pour déterminer les actifs. Le sondage sur les heures de main-d'œuvre a été considéré comme n'étant pas pratique étant donné la taille de l'échantillon nécessaire pour assurer un haut niveau de fiabilité statistique.

Le comité a aussi joué un rôle très actif dans les préparatifs concernant le sondage de mise à jour du CDP prévue pour 1984. Cette tâche englobait d'intenses discussions quant à la méthodologie auprès d'experts-conseils éventuels et, après avoir choisi le cabinet Agriconsultants, il a fallu élaborer un questionnaire, déterminer l'échantillonage, trouver une façon d'informationner les données perçues sur place à l'aide d'ordinateurs portatifs et choisir le cabinet qui entreprendrait effectivement le sondage. Le CNCPA a largement collaboré à ces travaux.



EXCÉDENTS PAR  
CATÉGORIES — 1983

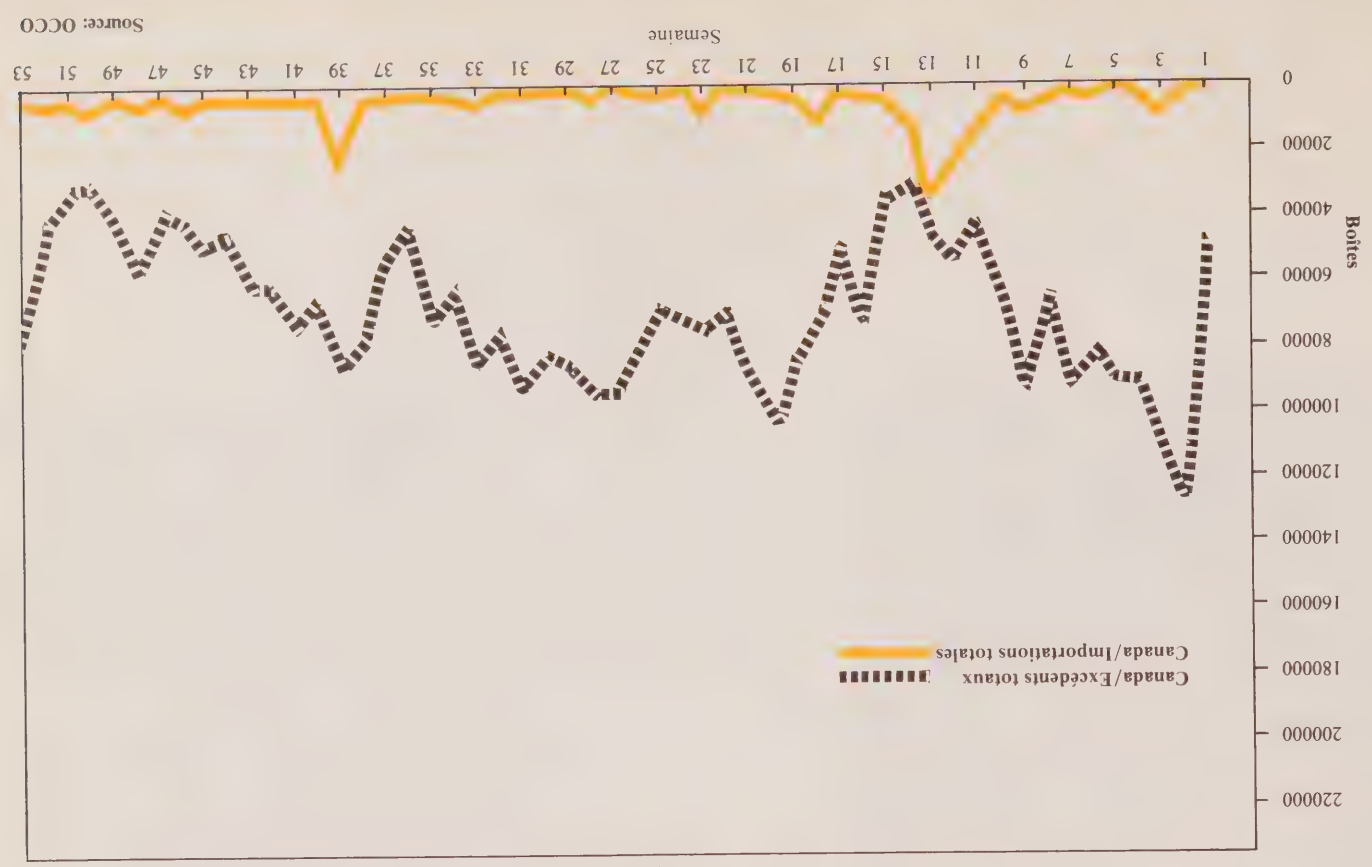


100.00% = 3 654 553 BOÎTES

Source: OCCO

RAPPORT SUR LES DÉCLARATIONS  
D'EXCÉDENTS ET LES IMPORTATIONS

1983



Source: OCCO

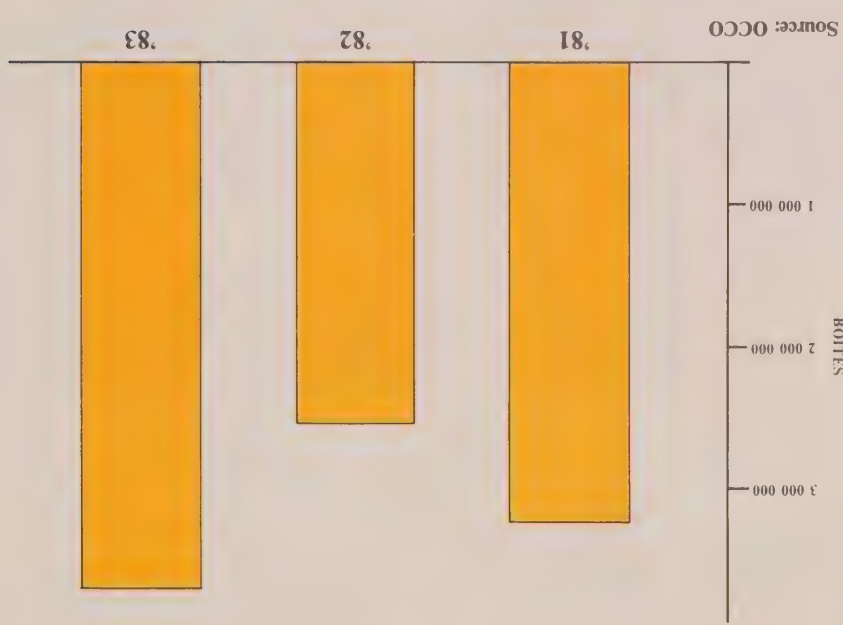
En 1983, c'est la province de Terre-Neuve qui a fait état de la plus importante augmentation d'excédents par rapport à 1982; en effet, les excédents étaient plus élevés de 125,18 pour cent avec 63 042 boîtes comparativement à 26 300 boîtes seulement l'année précédente. Le Québec venait au deuxième rang avec une augmentation de 94,66 pour cent, soit un total de 418 123 boîtes en 1983 par rapport à 210 741 boîtes en 1982.

La plus petite augmentation d'excédents s'est vue à l'Île-du-Prince-Édouard, soit une hausse de 4,38 pour cent, portant le nouveau total à 46 820 boîtes comparativement à 44 009 boîtes l'an dernier.

Les données hebdomadaires relativement aux excédents en 1983 ont suivi les variations saisonnières habituelles de la demande. En janvier, les excédents ont grimpé, atteignant un sommet de 128 529 boîtes à la deuxième semaine de l'année. Au temps de Pâques, cette quantité baissait à 29 599 boîtes avant d'atteindre un autre sommet de 103 385 boîtes à la semaine 20 de l'été. À mesure que la demande s'améliorait à l'automne, les excédents hebdomadaires baissaient à 30 724 boîtes par semaine au temps des Fêtes.

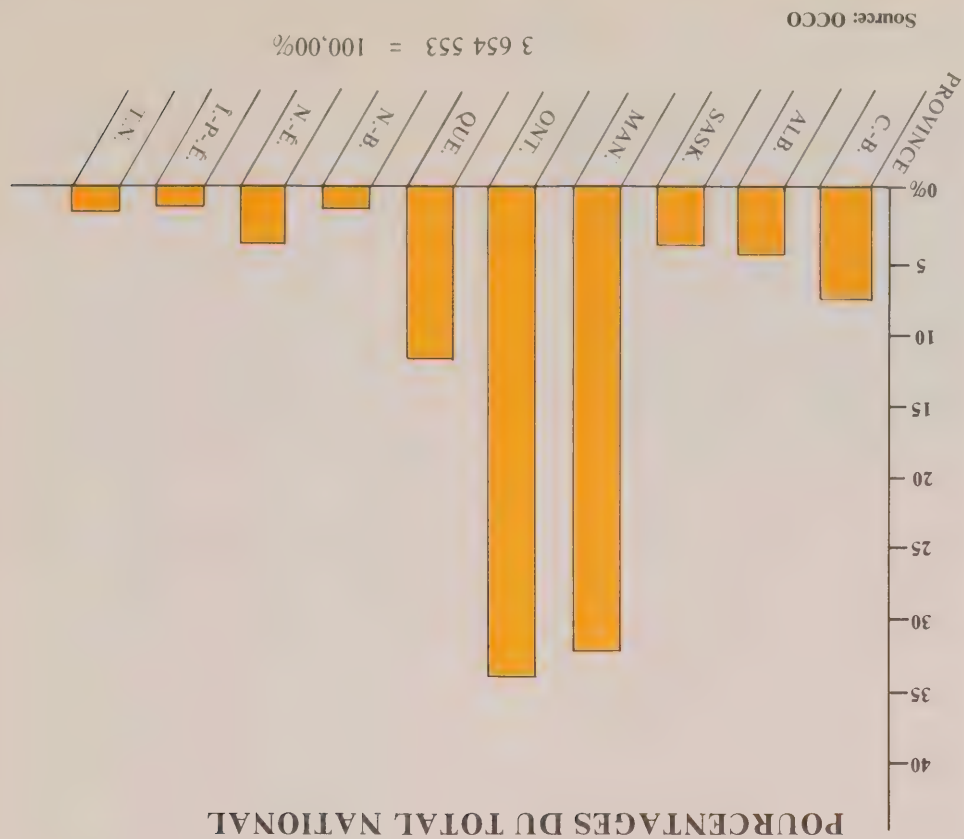
En 1983, les excédents ont donné lieu à une augmentation dramatique des exportations, soit un million de boîtes de plus que l'année précédente. En 1982, une année qui se caractérise par un approvisionnement stable et une consommation accrue, les exportations étaient de l'ordre de 778 394 boîtes. Une année plus tard, les exportations accusaient une hausse de 124,38 pour cent (donnée ajustée) pour atteindre le niveau de 1 780 182 boîtes.

EXCÉDENTS — '81, '82, '83



Source: OCCO

EXCÉDENTS PROVINCIAUX EN POURCENTAGES DU TOTAL NATIONAL



Source: OCCO

$$3\ 654\ 553 = 100,00\%$$



# ETUDE DU MARCHÉ

Le marché de la transformation a fait preuve d'une certaine croissance l'an dernier alors que la demande du produit destiné au décoquillage augmentait de 4,87 pour cent (donnée ajustée), passant de 1 688 989 boîtes en 1982 à 1 809 645 boîtes en 1983.

## GESTION DES EXCÉDENTS

Il y a un an, l'industrie canadienne de production d'œufs terminait l'une de ses plus fortes années avec des approvisionnements stables, une consommation accrue de 3,72 pour cent et une baisse de 20,8 pour cent dans les excédents.

En 1983, la scène a connu un virement sévère. Une demande locale plus tôt statique et l'augmentation de 4,40 pour cent dans les classements ont fait grimper les œufs excédentaires de 40,98 pour cent (donnée ajustée) pour un total de 3 654 553 boîtes par rapport à 2 543 290 en 1982.

De ce produit excédentaire total, on comptait 1 611 939 boîtes d'œufs de calibre moyen (44,11 pour cent), 909 735 boîtes d'œufs de calibre gros (24,39 pour cent), 584 358 boîtes de calibre extra-gros (15,99 pour cent) et 548 521 boîtes de petits œufs (15,01 pour cent). En 1982, 913 624 boîtes d'œufs moyens étaient déclarées excédentaires (35,92 pour cent du total des excédents), 640 060 boîtes d'œufs extra-gros (25,16 pour cent), 585 767 boîtes d'œufs de calibre gros (23,03 pour cent) et 403 389 boîtes de petits œufs (15,88 pour cent).

Près des deux-tiers des excédents nationaux proviennent de deux provinces seulement. L'Ontario rapporte des excédents de l'ordre de 1 240 929 boîtes, soit 33,96 pour cent du total national, alors que pour sa part, le Manitoba en rapporte 1 146 703 boîtes, soit un pourcentage équivalent à 31,38. L'Ontario a connu une augmentation de 55,64 pour cent dans ses excédents (donnée ajustée) par rapport à 1982. Au Manitoba, l'augmentation des excédents était de 21,61 pour cent.



LA DEMANDE

En 1983, la demande est demeurée pratiquement au même niveau qu'en 1982. L'an dernier, la demande canadienne totale s'élevait à 25 560 496 boîtes, révélant une légère hausse par rapport aux 25 077 636 boîtes de 1982. Ajustée pour fin de comparaison, cette augmentation de 1983 est équivalente à 0,002 pour cent.

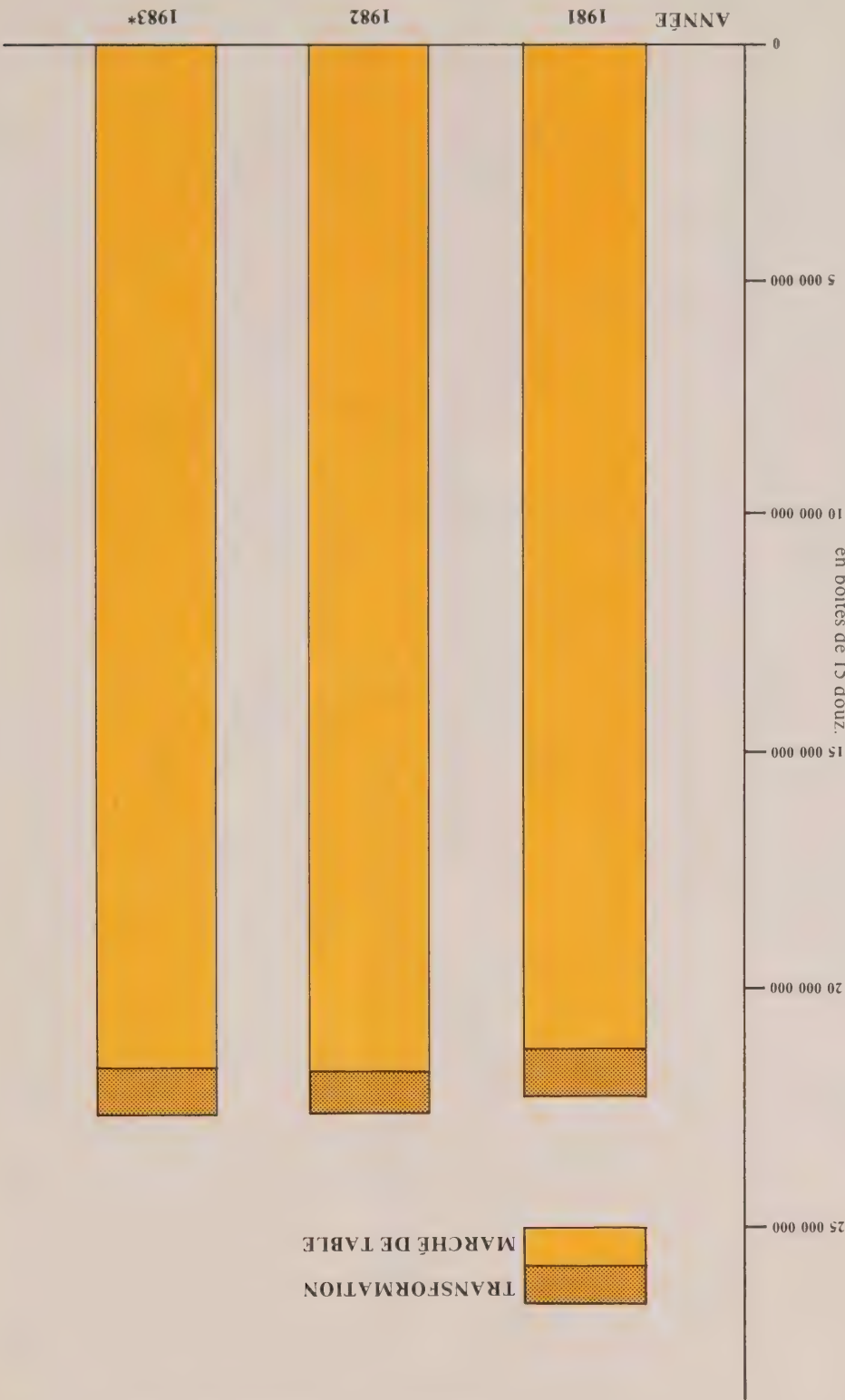
En 1983, la consommation du produit destiné à la table a accusé une baisse de ,37 pour cent. Durant les 53 semaines de l'exercice financier de 1983, la consommation était de 23 750 851 soit un peu plus que les 23 338 647 boîtes de 1982. Toutefois, lorsque l'on ajuste les données pour tenir compte de la semaine additionnelle du dernier exercice financier, les résultats indiquent une baisse marginale dans la consommation du produit destiné à la table. C'est la première fois en cinq ans que la consommation n'est pas supérieure à celle de l'année précédente.

De fait, en 1983 et toujours comparativement à la même période de l'année précédente, la consommation du produit destiné à la table était plus forte durant les mois du printemps et de l'été. Il s'agit là d'un bond de 3,72 pour cent, soit une augmentation remarquable selon les normes de l'industrie. Cependant, ces gains n'étaient pas suffisants pour dépasser la croissance sans précédent de la consommation qui s'est fait sentir durant le premier trimestre de 1982. Habituellement, la consommation à la table commence à baisser au début de l'année, suite à la période du temps des Fêtes où la demande est à son apogée. Pendant les dix dernières années, c'est en 1982 que la consommation a augmenté le plus. (Nous référons le lecteur aux estimés de la consommation canadienne d'oeufs).

Entrepris au nom de l'OCCO en juillet 1983, un sondage sur les tendances du marché indiquait que la consommation par foyer était la plus élevée à l'Île-du-Prince-Édouard, suivie de l'Alberta et de Terre-Neuve. Quant à la consommation per capita, c'est l'Alberta qui venait en tête de liste, suivie de l'I.-P.-É., de la Colombie-Britannique et du Manitoba. Encore une fois, c'est le Québec qui se trouvait au dernier rang.

DEMANDE — '81, '82, '83

MARCHE DE TABLE  
TRANSFORMATION



\* Les données de 1983 sont ajustées pour fin de comparaison  
Source: OCCO

## LES APPROVISIONNEMENTS

Pendant l'année, la production s'est accrue à un rythme sans cesse croissant. Durant le premier trimestre, les classements étaient à la hausse de 2,03 pour cent par rapport à la même période en 1982, de 3,08 pour cent supérieurs à la fin du second trimestre et de 3,90 pour cent à la fin du troisième.

Les placements destinés à la production d'œufs accusaient une baisse de 2,6 pour cent, passant de 25 097 000 poules en 1982 à 24 442 000 en 1983 (selon le rapport d'Agriculture Canada sur le marché avicole en date du 13 janvier 1984). Les placements ont baissé en Alberta, en Saskatchewan, au Manitoba, en Ontario et dans les provinces de l'Atlantique; ils se sont accrus en Colombie-Britannique et au Québec seulement.

En 1983, la production locale s'élevait à 27 023 878 boîtes de 15 douzaines par rapport à 25 397 222 boîtes en 1982. Suite à des ajustements apportés pour fin de comparaison, la production de 1983 était supérieure de 4,40 pour cent.

## Placements de poules

— en 1 000		1983	1982	changement en %
Colombie-Britannique	2 992	2 978	+0,5	
Alberta	2 483	2 602	-4,6	
Saskatchewan	1 090	1 225	-11,1	
Manitoba	3 058	3 079	0,7	
Ontario	9 200	9 616	-4,3	
Québec	3 609	3 580	+0,8	
Provinces de l'Atlantique	2 010	2 017	-0,3	
Total	24 442	25 097	-2,6	

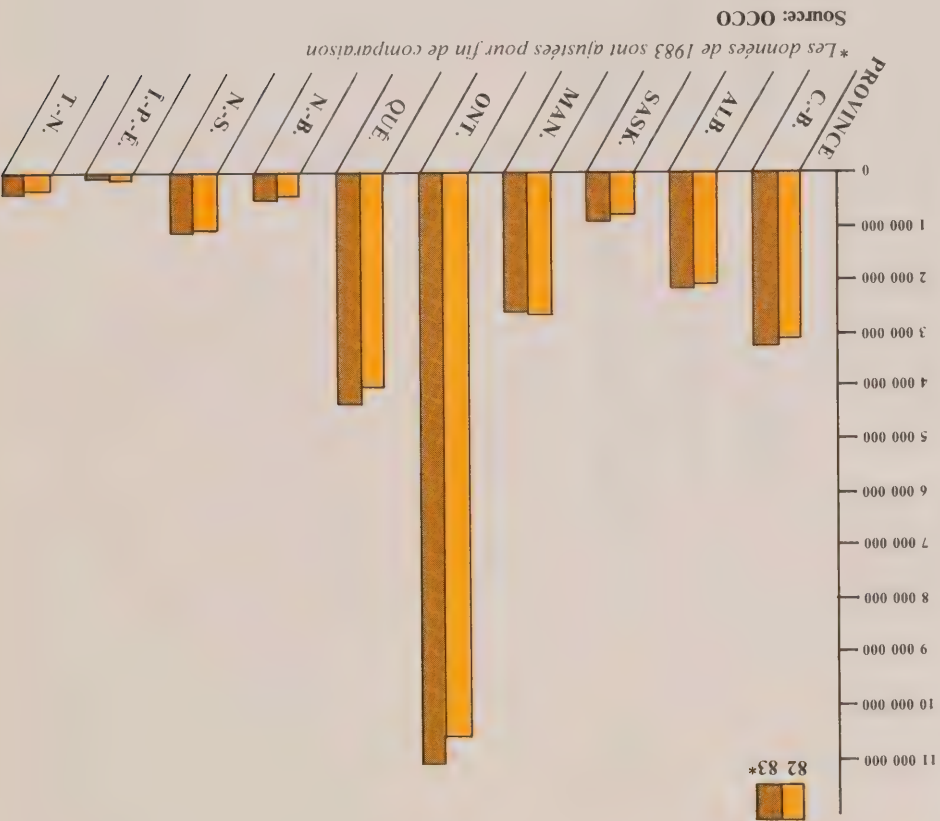
(r - révisé)

## APPROVISIONNEMENTS — '81, '82, '83

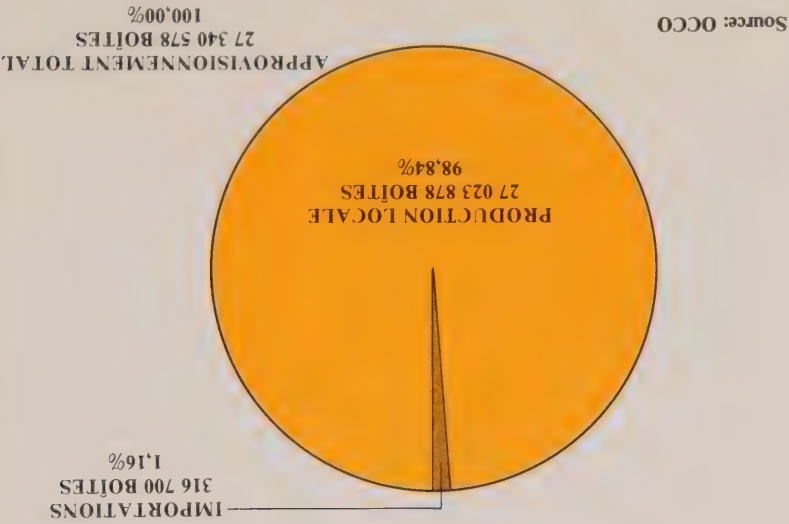




## CLASSEMENTS PROVINCIAUX - '83 VS '82



## SOURCES D'APPROVISIONNEMENT — 1983



Suite à une augmentation de deux cents en juillet et d'un cent au mois d'août, le prix aux producteurs pour les oeufs de catégorie A-Gros devait monter de quatre cents en septembre. Ce bond de quatre cents était partiellement attribuable à des coûts plus élevés de moule mais décollait aussi du nouveau taux salarial convenu entre l'OCCO et le CNCPA suite à la publication des résultats de leur étude mixte.

Cependant, l'augmentation de septembre a poussé le prix des oeufs de catégorie A-Gros au delà des limites prévues par le programme fédéral des six et cinq pour cent annoncé en juin 1982. Suite à une intervention du Cabinet, l'Office devait réduire son prix de deux cents bien qu'à ce moment, seul le prix des oeufs de catégorie A-Gros excédait les prescriptions gouvernementales. Durant les 15 mois qui ont suivi la venue du programme des six et cinq pour cent, le prix moyen pondéré aux producteurs pour tous les calibres avait augmenté de seulement cinq cents, soit bien en deçà des limites établies.

Une augmentation ultérieure de deux cents dans le prix des oeufs de catégorie A-Gros, prévue pour le mois d'octobre, fut aussi retardée. De fait, le gel des prix fut prolongé de près de deux mois. À la fin de cette période, le Cabinet étudiait à nouveau la situation et concluait qu'il ne pouvait pas unilatéralement imposer les directives restrictives à notre secteur étant donné les ententes qui prévalaient et les contrats signés avec les provinces quant aux prix.

Malgré la demande du fédéral à savoir qu'ils respectent le programme restrictif, les offices provinciaux de commercialisation des oeufs ont de mandé à l'Office de reprendre sa formule d'établissement des prix tel que précisé dans l'Accord fédéral-provincial. Ils soutenaient que puisque les restrictions ne s'appliquaient pas aux coûts des producteurs, il n'était pas raisonnable de les appliquer aux prix qui leur étaient versés. Dans un effort pour réduire l'impact inflationniste du retour à l'établissement des prix selon la formule, l'Office a appliqué graduellement l'ajustement de quatre cents qui avait été retardé durant le gel de deux mois en accordant une hausse de deux cents le 31 octobre et une autre du même montant le 21 novembre.

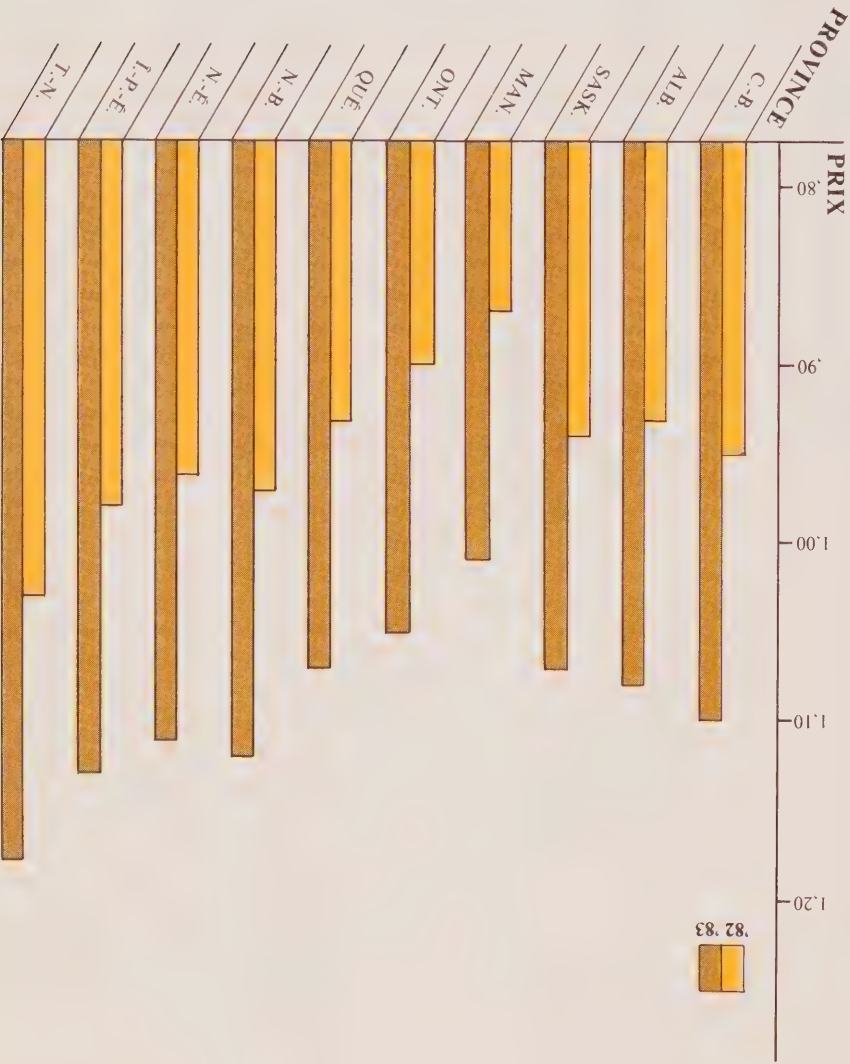
# ETUDE DU MARCHÉ

Durant le dernier trimestre de 1982, le prix des oeufs a sévèrement chuté pour recommencer à grimper vers le mois de janvier, augmentant d'un cent par mois pendant les deux premiers trimestres de 1983. L'augmentation d'un cent en janvier était la première d'une augmentation de trois cents prévue pour le premier trimestre dans le but d'ajuster le taux salarial de la formule du coût de production de sorte que les salaires des producteurs soient comparables à ceux versés dans les autres secteurs de l'économie canadienne. Il s'agissait là d'une mesure provisoire jusqu'à ce qu'une étude soit effectuée pour déterminer un juste niveau salarial pour les producteurs.

Toutefois, à la demande d'Eugene Whelan, ministre de l'Agriculture, l'OCCO retardait les augmentations subéquantes en attendant les résultats de son étude sur la main-d'oeuvre, en-treprise conjointement avec le Conseil national de commercialisation des produits agricoles.

Durant le premier semestre de 1983, les augmentations ultérieures du prix versé aux producteurs découlaient des frais croissants de moule, une tendance qui s'est prolongée durant la plus grande partie de l'année. Le programme de paiement-en-nature de Washington, visant la réduction des grandes quantités excédentaires de céréales aux Etats-Unis ainsi que la sécheresse estivale qui a affecté la région céréalière nord-américaine ont contribué à réduire sévèrement les approvisionnements et à faire grimper le prix des céréales. À l'échelle mondiale, les prix de la moule sont étroitement reliés à ceux des Etats-Unis, le plus grand pays producteur de céréales. Les prix canadiens ont suivi de près la montée des prix américains.

CHANGEMENTS DE PRIX\*, PAR PROVINCE, DE DÉC. '82 À DÉC. '83



\* Prix versés aux producteurs pour une douzaine d'oeufs de catégorie A-Gros  
Source: OCCO

En 1983, le marché s'est caractérisé par une augmentation des approvisionnements et une demande pluri-annuelle, ce qui a contribué à faire croître les excédents. Tout au cours de l'année, le prix des oeufs s'est accru régulièrement suite à l'augmentation régulière des coûts de la moule.

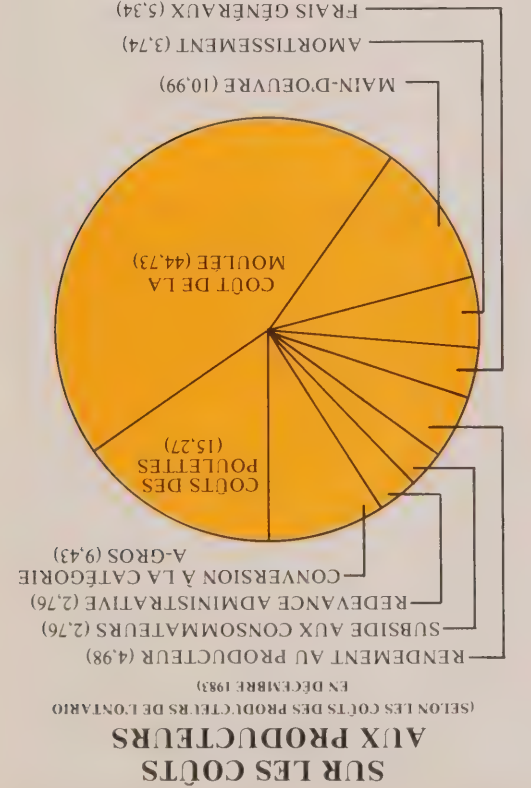
PRIX AUX PRODUCTEURS

Le prix des oeufs de calibre autre que gros est établi en fonction de négociations avec les offices provinciaux de commercialisation. Au moment d'établir le prix des oeufs d'autres calibres, on tient compte des excédents de ces calibres (petits, moyens et extra gros) par rapport aux oeufs de calibre gros, ainsi que des niveaux prévus de production et de consommation.

Le prix des oeufs de catégorie A-Gros.

Après avoir connu une baisse de cinq cents la douzaine, répartie sur les années 1981 et 1982, le prix aux producteurs pour les oeufs de catégorie A-Gros s'est accru régulièrement en 1983 pour atteindre un sommet de 14 cents de plus que son point de départ.

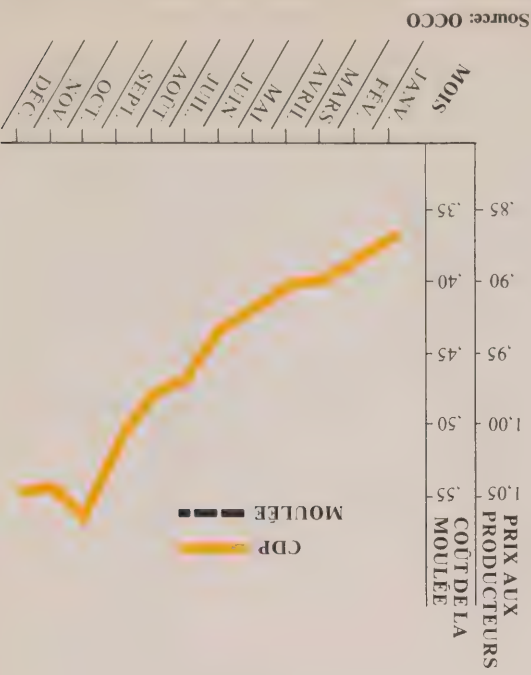
IMPACT RELATIF DES INTRANTS



**COÛTS DE LA MOULÉE PAR RAPPORT AUX COÛTS PROVINCIAUX DE PRODUCTION**

— les prix indiqués sont dérivés de la formule du CDP et ne reflètent pas le gel des prix

— prix par douzaine d'oeufs de catégorie A-Gros





l'alimentation. Le Canada a passé d'un importateur principal à un exportateur principal d'œufs et nous avons aidé à maintenir la viabilité économique de la ferme familiale traditionnelle.

Dans son discours du Trône prononcé en décembre, le gouvernement annonçait que des amendements seraient apportés à la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme. L'Office est d'accord à savoir qu'il est possible d'apporter des améliorations positives. Nous aimerions bien participer à ce polissage dans l'espoir que notre fiche, jusqu'à ce jour impressionnante, aide à produire une industrie des œufs encore plus saine et plus réussie au Canada.

Jean Brassard,  
Directeur général

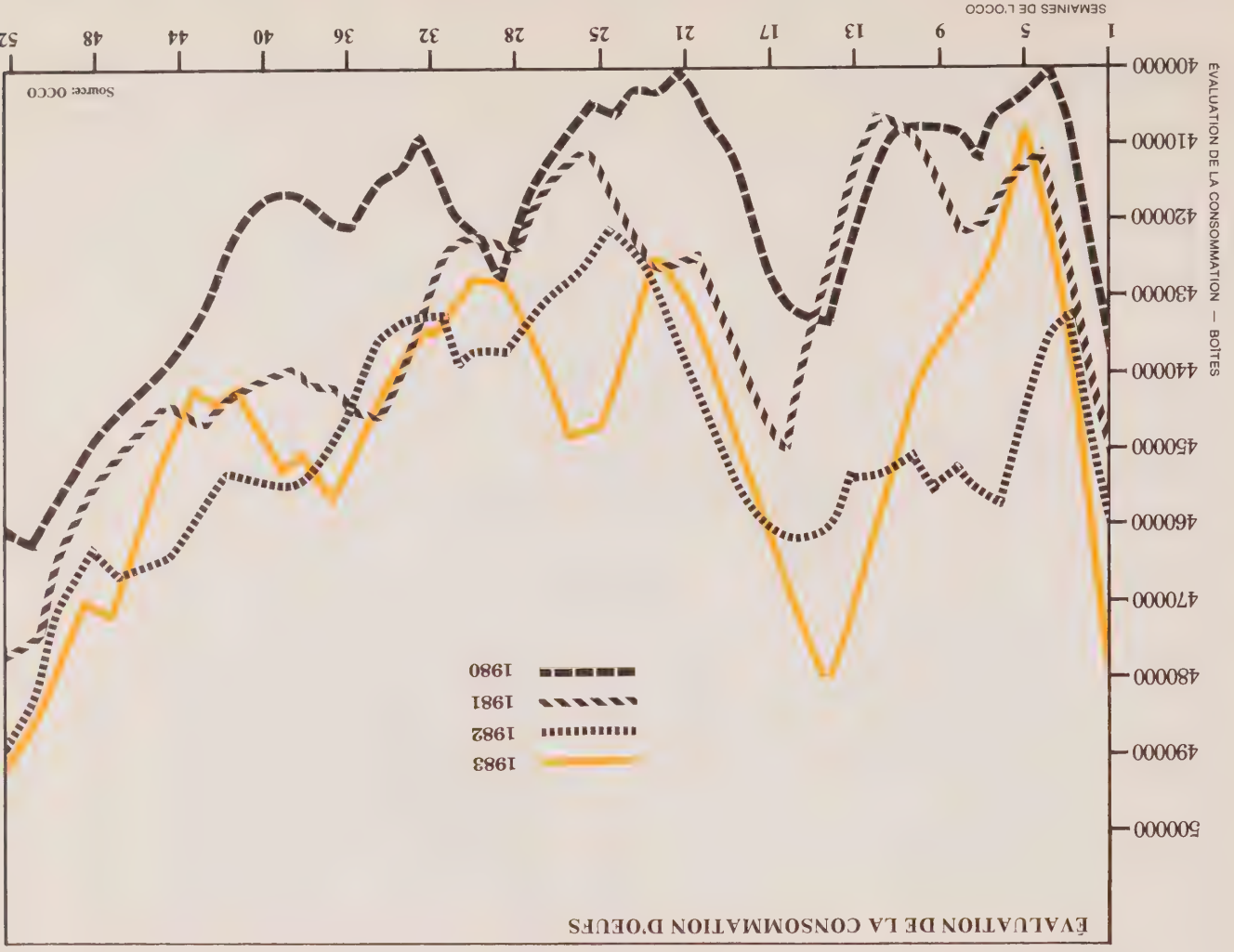
Durant l'année, l'industrie des œufs a aussi démontré qu'elle avait sa place dans le cadre d'une économie dynamique et qu'elle était disposée à utiliser ses pouvoirs régulateurs pour s'adapter aux conditions variables des marchés.

En 1971, lorsque la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme faisait l'objet de débats en Chambre, l'Hon. Jerry Pringle représentait Fraser Valley East, s'adressant aux Ministres en leur disant que cette Loi "reconnaissait l'aptitude des producteurs agricoles à accepter l'autorité et la responsabilité qui leur étaient confiées."

Depuis lors, nous n'avons pas trahi cette confiance qui nous a été accordée. Nous avons rétabli la viabilité de l'industrie des œufs tout en veillant à ne pas augmenter le prix de notre denrée au-delà de l'indice des prix de

Dès l'été dernier, l'Office prenait des mesures pour vérifier ces facteurs évènementiels sur le marché et améliorer la situation financière de son fonds réservé à l'exportation. Une stratégie pour rétablir l'équilibre entre la production et la demande en ajustant les allocations de contingents fut mise au point et appliquée au 1<sup>er</sup> janvier 1984. Dans un effort pour relever le fonds réservé aux exportations, le Conseil d'administration approuvait également des augmentations réalisées dans les redevances.

Bien que 1983 fut une année difficile, nous avons gardé notre courage. Nous avons maintenu les importants gains réalisés au niveau de la consommation en 1982 alors que la consommation a continué de baisser ailleurs dans le monde à l'exception de quelques pays.



Le mandat de l'Office canadien de commercialisation des oeufs est bien défini. Conformément à la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme et aux dispositions de l'Accord fédéral-provincial sur la commercialisation des oeufs, le mandat de l'Office comporte trois volets.

- Établir le prix à la ferme pour les oeufs de catégorie A-Gros de sorte que les producteurs puissent leur coûts de production en plus de toucher un revenu raisonnable.
- Ajuster les approvisionnements dans le but de répondre aux besoins locaux prévus.
- Écouler les oeufs qui excèdent la demande des consommateurs.

Bien que ce rôle soit clair et précis, il n'est certes pas facile de s'en acquitter.

L'environnement dans lequel l'Office évolue est unique en son genre. L'Office n'est pas le produit du monde des affaires, ni de la politique, mais plutôt le fruit de ces deux éléments. Dans le cadre de son processus de décision, il est assujéti à de nombreuses pressions politiques d'une part et, d'autre part, à des pressions commerciales. Dans l'établissement de ses politiques, l'Office doit tenir compte des implications rattachées au fait de trop pencher sur un côté ou trop sur l'autre.

En apparence, l'Office est un organisme de mise en marché que dirigent les producteurs mais il importe de reconnaître que ses activités font toujours l'objet d'un examen par les gouvernements fédéral et provinciaux, le Conseil national de commercialisation des produits agricoles, les régies provinciales, les offices provinciaux de producteurs et les consommateurs. Un tel contexte politique exige que les décisions ne soient pas strictement basées sur des facteurs économiques et il est facile de comprendre pourquoi cela peut parfois être plus que frustrant.

Tel était le cas l'automne dernier lorsque le gouvernement décidait d'appliquer son programme des six et cinq pour cent au prix des oeufs. D'une part l'Office était désireux de respecter les décisions gouvernementales mais ne pouvait pas, d'autre part, ignorer sa

responsabilité d'établir des prix justes permettant de couvrir les coûts des producteurs. Heureusement, ce dilemme fut reconnu après un gel des prix d'une durée de deux mois et l'Office repréna sa politique habituelle régissant l'établissement des prix. Depuis lors, l'Office a pris des mesures selon lesquelles les producteurs pourront récupérer les pertes encourues au cours de cette période.

Cette situation illustre bien les conditions difficiles dans lesquelles l'Office doit travailler.

Un autre exemple est la question des contingents au delà de la base qui hante l'industrie depuis plusieurs années. L'Office a, nombre et nombre de fois, présenté des propositions relatives à la distribution de parts du marché au delà de la base originale mais aucune n'a encore reçu l'approbation de la vaste majorité que l'Office doit obtenir.

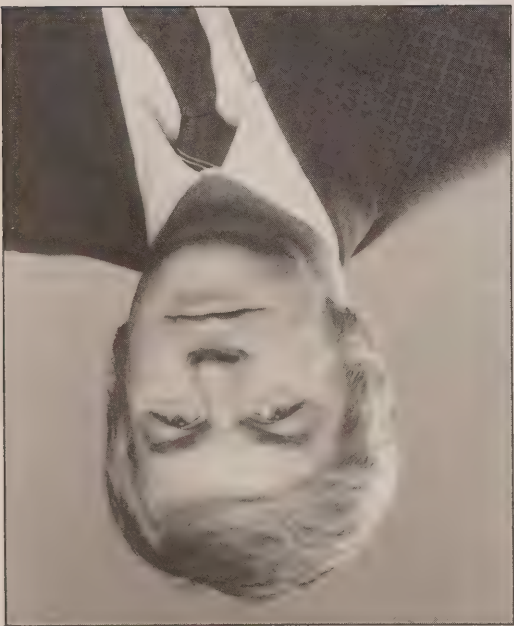
Au mois de mai dernier, le ministre de l'Agriculture manifestait certaines préoccupations devant les Signataires à savoir que cette question diviserait irrévocablement l'industrie. À sa demande, l'Office redoublait ses efforts durant le reste de l'année pour établir une politique sur les contingents au delà de la base, politique qui gagnerait l'appui de la vaste majorité.

La question des contingents au delà de la base n'est pas limitée aux producteurs. Étant donné qu'elle traite du transfert de parts jalousement protégées d'une province à une autre, elle est d'une importance capitale pour toutes les parties impliquées dans le système de commercialisation des oeufs.

Compte tenu de ces problèmes "politiques", l'an dernier fut particulièrement difficile pour l'industrie canadienne des oeufs.

En 1983, la production grimpa de 4,40 pour cent alors que la consommation était plutôt stagnante. Comme résultat, les excédents ont augmenté de 40,98 pour cent et l'Office fut tenu d'emprunter de fortes sommes pour appuyer son programme d'exportations.

JEAN BRASSARD  
Directeur général





## CONTINGENTS AU DELÀ DE LA BASE

La question des contingents au delà de la base a continué à hanter l'industrie des oeufs en 1983, même si l'on a assisté à une surproduction et à d'importants excédents. Les provinces ne sentent toujours pas sur la façon de distribuer tout contingent additionnel au delà de la base première.

Même si la Loi (la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme) et l'Accord fédéral-provincial sur la commercialisation des oeufs mentionnent les critères requis, ils ne précisent pas l'importance relative de chacun. La pondération prête donc à l'interprétation. L'OCCO a réussi en 1983 à faire accepter une définition de l'avantage comparatif, l'un des critères mentionnés dans la Loi et l'Accord.

C'est depuis 1979 que l'OCCO traite de distribution des contingents au delà de la base. La tâche s'est poursuivie en 1983, mais l'on n'a pu amener les provinces à s'entendre.

Des négociations soutenues avec le gouvernement fédéral en vue d'améliorer l'administration de son programme d'importation d'oeufs en coquilles ont donné des résultats concrets et un nouvel avis aux importateurs a été publié le 29 août. En vertu d'accords commerciaux internationaux, le Canada doit importer des oeufs en coquilles jusqu'à concurrence de 0,675 pour cent de sa production domestique de l'année précédente. (Les importations d'oeufs liquides ou surgelés doivent atteindre au moins 0,415 pour cent de cette production.) L'OCCO ne s'oppose pas à l'importation d'oeufs en soi, mais n'accepte pas que ces importations se produisent en période de faible consommation et de forts excédents.

Le calendrier d'importations de 1984 a été révisé par la Direction générale des relations commerciales particulières du ministère des Affaires extérieures et il tient maintenant davantage compte des variations de la demande et des excédents.

En vertu des nouveaux règlements, les importateurs ne pourront plus reporter d'une période à une autre d'utilisation les parties non utilisées des permis globaux réguliers, ni emprunter à même de futures périodes de répartition.

Les règlements régissant la délivrance de permis supplémentaires d'importation ont aussi été modifiés. On doit donner à l'OCCO au moins deux jours ouvrables d'avis pour trouver une source locale d'approvisionnement avant d'émettre un permis supplémentaire. Quand un tel permis est accordé, il n'est valide que pour la période mentionnée et ne sera pas prolongé par la DRCP au delà de la date prévue de livraison.

## DONS DE CHARITÉ

Les producteurs ont fait don, en avril, de dix tonnes d'oeufs entiers en poudre, d'une valeur de 100,000\$, aux collaborateurs de mère Thérèse. Ce groupe missionnaire laïc a distribué la poudre d'oeufs aux populations affamées du Kenya, de la Tanzanie, du Rwanda, d'Haïti et de l'Inde.

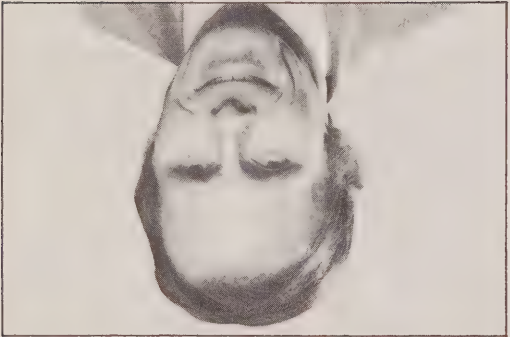
## IMPORTATIONS



**DON HICKS**  
Directeur (N.-B.)



**SCOTT SIMMONS**  
Directeur (T.-N.)



**LORNE MACNEILL**  
Directeur (I.-P.-E.)



## REDEVANCES

La redevance sur l'achat des oeufs au Canada a été portée le 6 novembre de quatre cents à 5,8 cents la douzaine. Cette redevance comprend en fait deux redevances — soit la redevance locale pour la transformation et la redevance à l'exportation.

La redevance à l'exportation est versée directement par les producteurs pour soutenir le programme d'exportation de l'OCCO; elle n'est pas incluse dans la formule du coût de production. Cette redevance, qui vise à écouliser les excédents du marché local, a été portée de deux à trois cents la douzaine. De fait, l'augmentation représente une pénalité à cause d'une surproduction qui a fait grimper les excédents de 40,98 pour cent en 1983.

La redevance à la transformation a été haussée de 8 cent, passant de deux cents à 2,8 cent, pour faire face à des coûts plus élevés au cours de l'année. On finance, à l'aide de cette redevance, l'écoulement des oeufs en excédent des besoins domestiques de la table et qui vont à l'industrie canadienne de la transformation. Ces oeufs sont offerts à un prix inférieur au coût de production pour permettre à l'industrie canadienne de soutenir la concurrence que livre l'industrie américaine.

La redevance à la transformation est incluse dans la formule du coût de production et est donc versée par l'acheteur.

La redevance à l'administration est demeurée inchangée en 1983, restant à son niveau de trois cents. Comme son nom l'indique, elle sert à financer tous les aspects administratifs du système de commercialisation, y compris la publicité et la promotion, le maintien des systèmes d'inventaire et les activités générales du bureau.

Cette redevance est partagée à parts égales entre l'OCCO et l'office de la province où elle est perçue. Comme la redevance à la transformation, elle est incluse dans la formule du CDP et donc ajoutée au coût du produit.

## APPROVISIONNEMENTS

Le Conseil d'administration a décidé une réduction de cinq pour cent du contingentement à compter du 1er janvier 1984 afin de réduire la pression qu'imposaient d'importants excédents au programme d'écoulement de l'OCCO. En 1983, la production a connu une hausse de 4,4 pour cent sans qu'il y ait augmentation correspondante du contingentement national.

Malgré cette augmentation de la production, la demande est demeurée stable et les excédents ont dépassé de 41 pour cent ceux de l'année précédente.

La faiblesse des prix sur les marchés mondiaux a obligé les producteurs canadiens à subventionner fortement les oeufs en excédent offerts à l'exportation. L'OCCO a donc dû emprunter à même son fonds des producteurs pour financer ces exportations.

On s'attend à ce que la réduction de cinq pour cent des contingents abaisse de façon substantielle les coûts d'écoulement des excédents absorbés par les producteurs en 1984.

Les plans d'entrée en vigueur de la réduction ont été élaborés en collaboration avec les offices provinciaux de commercialisation des oeufs au cours des derniers mois de 1983.

**BILL SCOTT**  
Directeur (Ont.)



**GHISLAIN CLOUTIER**  
Directeur (Qué.)



# RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

## COÛTS DE LA MAIN-D'OEUVRE

En janvier, l'OCCO augmentait d'un cent le prix versé aux producteurs pour chaque douzaine d'oeufs de catégorie A-Gros de façon à ce que la rémunération versée pour la main-d'oeuvre soit comparable à celle payée dans les autres secteurs de l'économie. Cette hausse d'un cent avait pour but de combler l'écart entre les divers traitements accordés jusqu'à ce qu'une étude puisse établir un taux équitable de main-d'oeuvre pour les producteurs d'oeufs.

Lors de cette augmentation, l'OCCO croyait que le Conseil national de commercialisation des produits agricoles sanctionnerait sa décision. Mais, lors de l'annonce de la hausse des prix, le CNCPA mettait en doute le bien-fondé de ce changement au taux de la main-d'oeuvre.

À la suite d'une rencontre avec le ministre de l'Agriculture, Monsieur Eugene Whelan, l'augmentation prévue pour janvier était permise, mais à la demande même du Ministre, les hausses subséquentes d'un cent du coût de la main-d'oeuvre, qui devaient entrer en vigueur en février et mars, étaient reportées.

## REJET DE LA PROPOSITION SUR L'ÉTABLISSEMENT DES PRIX MALGRÉ L'APPEL MANIFESTE

Après la publication, en 1982, d'un rapport sur l'établissement du prix des oeufs, par le Conseil national de commercialisation des produits agricoles, en faveur du rajeunissement du système d'établissement des prix, l'OCCO a mis au point une proposition visant à permettre le transport des oeufs entre les provinces sans créer un écart excessif des prix qui favoriserait une trop libre circulation du produit.

La proposition incorporait les facteurs non pondérés des coûts provinciaux, selon un système basé sur deux régions, de préférence à l'actuelle moyenne nationale, ainsi que les coûts provinciaux de production et des prix variables de rachat des excédents tenant compte de la différence du coût du transport et de la manutention entre les provinces.

Cette proposition était soumise le 26 mai aux Signataires de l'Accord fédéral-provincial sur la commercialisation des oeufs au Canada. Malgré un vote de 23 contre 8 en faveur de la proposition, elle a été rejetée en vertu même des conditions de l'Accord qui stipulent qu'il doit y avoir consentement unanime des Signataires. En dépit d'une disposition prévoyant un nouvel examen de la formule au bout de deux ans, les Signataires dissidents refusaient de surseoir à un paragraphe de l'Accord fédéral-provincial qui lie les différences relatives au transport et au fret au système central d'établissement des prix.

Après ce rejet, on a repris le travail sur d'autres options, travail qui s'est poursuivi tout au long de l'année.

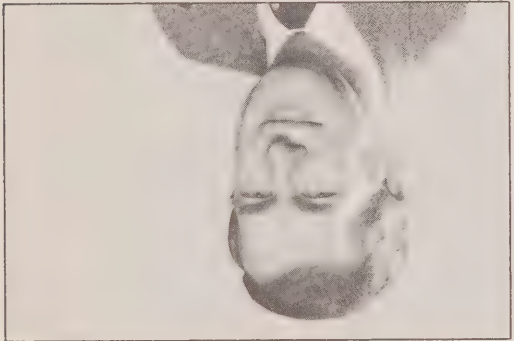
Au même moment, on apportait des ajustements à la formule pour ce qui est des allocations pour les coûts de capital et le calcul des taux d'intérêt imputables. Ces modifications étaient proposées suite à l'étude menée par le CNCPA, en 1982, sur la formule d'établissement du coût de production.



WALTER DYCK  
Directeur (C.-B.)



FLOYD VAN SLYKE  
Directeur (Alb.)



TED WIENS  
Directeur (Sask.)



JOHN UNGER  
Directeur (Man.)



# RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

*Le présent rapport ne constitue pas un examen chronologique des résolutions adoptées par le Conseil d'administration en 1983, mais plutôt un compte rendu des problèmes auxquels on a dû faire face l'industrie des oeufs au cours de cette année souvent difficile, et parfois turbulente.*

## GEL DES PRIX

La formule d'établissement des prix a été suspendue pendant même où l'escalade des coûts des provenances faisait monter le prix des oeufs de catégorie A-Gros au delà des directives du 6 et 5 contenues dans le programme de résolutions du gouvernement fédéral. À l'occasion de ce gel des prix, une augmentation de quatre cents prévue en septembre par la formule du coût de production a été ramenée à deux cents, à la demande du gouvernement. Une hausse additionnelle de deux cents, prévue pour octobre, a également été remise.

Après s'être penché sur les modalités d'application du programme du 6 et 5 à l'industrie des oeufs, le Cabinet fédéral a toutefois conclu que le gouvernement ne pouvait unilatéralement imposer ces directives, étant donné l'accord sur l'établissement du prix des oeufs signé avec les provinces et les producteurs.

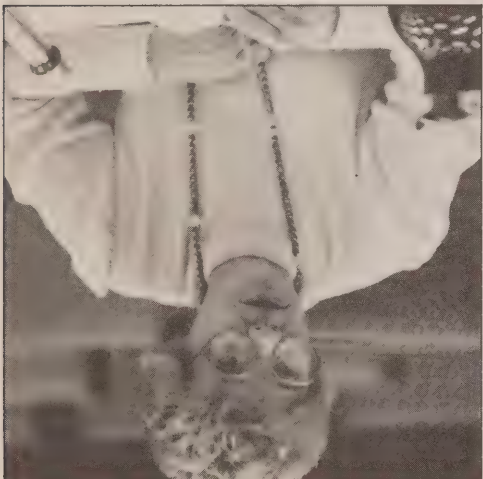
Sa décision connue, le Cabinet a demandé à l'OCCO de chercher à obtenir l'appui des offices provinciaux en faveur du maintien du gel du prix des oeufs. On lui a rétorqué qu'il n'était pas raisonnable que le gouvernement s'attende à ce que les producteurs ne haussent pas leurs prix alors que les coûts n'étaient soumis à aucun contrôle du genre.

L'OCCO a donc décrété une hausse de deux cents des oeufs de catégorie A-Gros le 31 octobre. Ce geste était le premier d'une série qui devait permettre le plein rétablissement de la formule d'établissement des prix avant la fin de l'année.

Lors de sa dernière réunion de l'année 1983, le 14 décembre, le Conseil d'administration a décidé une nouvelle hausse d'un cent du prix des oeufs de catégorie A-Gros pour février, cette augmentation devant rester en vigueur tant et aussi longtemps que les producteurs ne récupéreraient pas la somme de 1,9 million perdue au moment du gel des prix.



**HAROLD CROSSMAN**  
Président



**DOREEN THOMAS**  
Directeur en province



**DON NEWCOMBE**  
Directeur (N.-É.)



# BUDGET ET DÉBOURSE

BUDGET ET  
DÉBOURSE  
DE L'OCCE\*  
1981 - 1983  
(\$000)

\* N'inclut pas les redevances imperceptibles

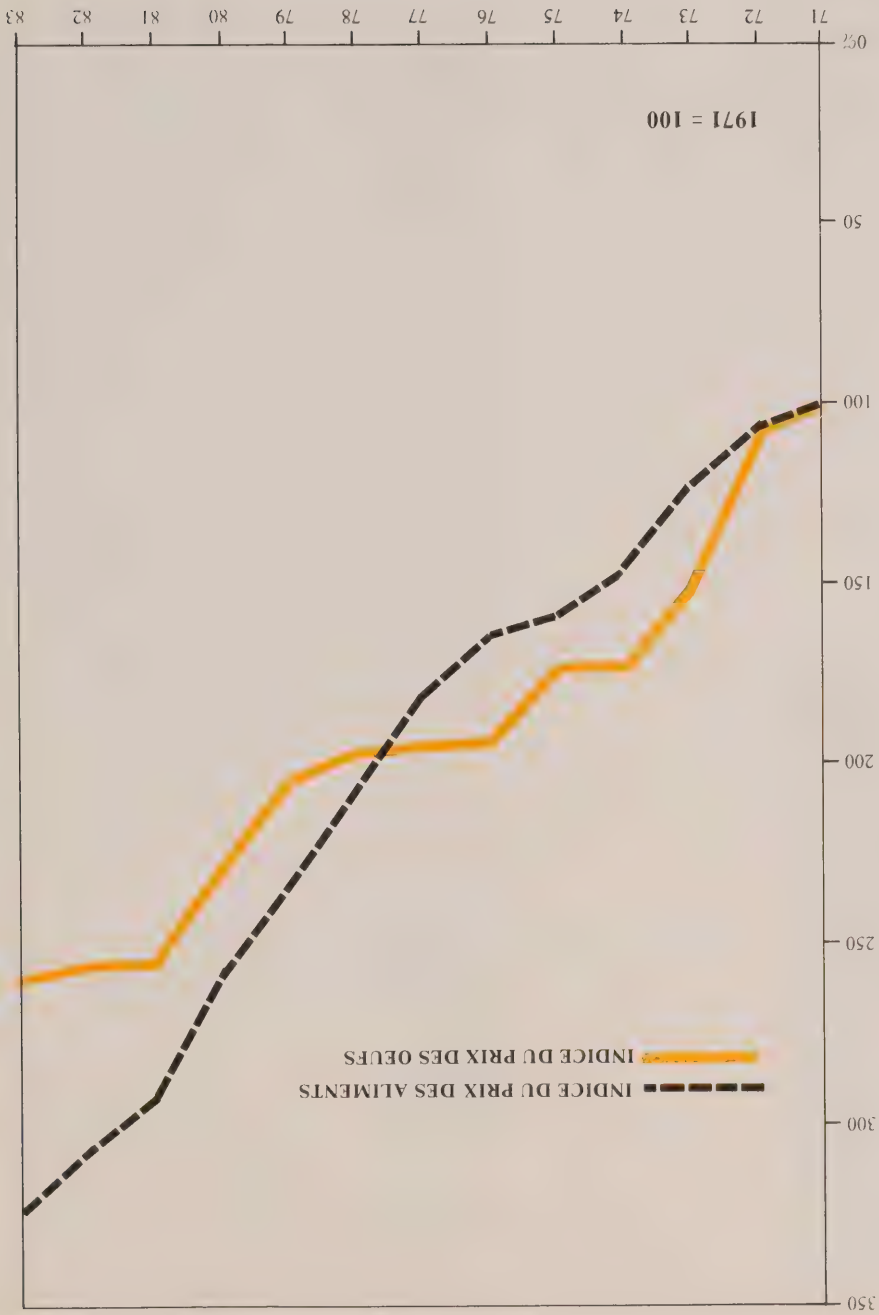
Source: OCCO



# ASPECTS ADMINISTRATIFS

DONNÉES SUR  
L'INDICE DES PRIX  
1971 - 1983

Source: OCCO



L'Honorable Eugene Whelan,

ministre de l'Agriculture

Messieurs les députés

Producteurs et consommateurs du Canada

Au même moment, l'an dernier, il semblait probable que l'industrie canadienne des oeufs connaisse l'une de ses meilleures années. Après dix ans de gestion des approvisionnements, l'industrie avait évité le désastre financier et constituait l'un des secteurs les plus viables au sein de l'économie agricole canadienne.

L'aspect positif des événements de l'an dernier repose dans les mesures qu'ont prises les producteurs d'oeufs pour remettre l'ordre dans leurs affaires.

Mandatés par les Canadiens pour régler leur propre industrie, les producteurs d'oeufs ont fait preuve, dans le passé, qu'ils acceptaient aussi les obligations inhérentes à cette responsabilité. Ils ont toujours dirigé le système national de commercialisation des oeufs d'une façon qui soit juste tout en tenant compte des besoins du consommateur.

En 1983, les producteurs ont réagi aux problèmes d'un approvisionnement excédentaire en subissant l'effet de mesures sévères nécessaires au rétablissement de l'équilibre sur le marché. Ils n'ont pas cherché d'aide auprès des contribuables, ni auprès des consommateurs. Plutôt, ils ont pris, eux-mêmes, la situation en mains.

Au début de 1983, les approvisionnements étaient bien équilibrés par rapport à la demande locale et la situation quant aux excédents n'avait jamais été aussi bonne. En 1982, la consommation s'était accrue de 3,72 pour cent, soit une hausse importante selon les normes propres à notre industrie. Tout indiquait que ces tendances favorables du marché se poursuivraient tout au cours de l'année.

Malheureusement, il n'en fut pas ainsi. Bien que les contingents de production n'aient pas subi de hausse, les approvisionnements ont grimpé en flèche, dépassant de très modestes gains en matière de demande, donnant ainsi lieu à un excédent de marchandise. Incapables de vendre ces oeufs au Canada, nous sommes tournés vers le marché international pour les vendre à des prix bien en deça du coût de production.

Sincèrement,



Harold Crossman,  
Président

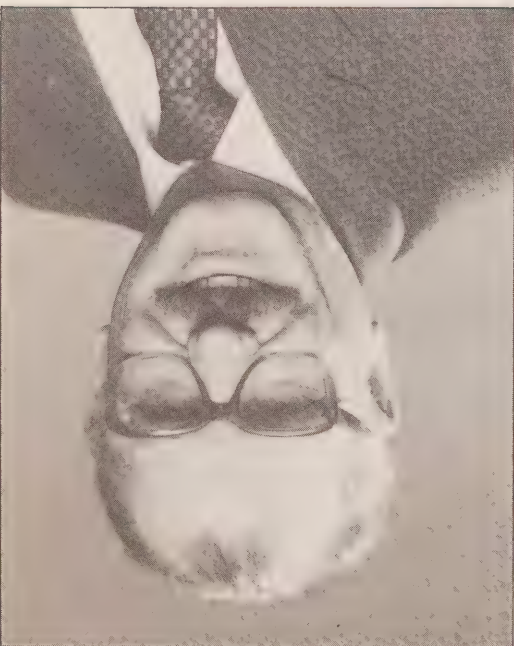
Ottawa, le 20 mars 1984

”

*L'aspect positif repose dans les mesures qu'ont prises les producteurs d'oeufs pour remettre l'ordre dans leurs affaires.*

”

HAROLD CROSSMAN  
Président





L'Office canadien de commercialisation des oeufs (OCCO) est un organisme statutaire, chargé, en vertu de la loi fédérale régissant les offices de commercialisation des produits de ferme et d'un accord fédéral-provin-

- d'établir le prix des oeufs à la ferme;
- de régir les approvisionnements nationaux;
- d'écouler les oeufs excédant les besoins des marchés locaux;
- et de promouvoir la consommation d'oeufs.

L'Office est dirigé par un Conseil d'administration de douze membres. Dix sont élus par les producteurs, soit un représentant pour chaque province, alors que les deux autres, le président et le représentant des consommateurs, sont nommés par le gouvernement fédéral. Toutes les activités de l'OCCO font l'objet d'une surveillance par le Conseil national de commercialisation des produits agricoles.

L'OCCO est parvenu grâce aux redevances que versent les producteurs et les consommateurs pour chaque douzaine d'oeufs mise en marché: il ne reçoit aucune somme provenant des impôts perçus auprès des contribuables canadiens.

C'est en 1972 que l'Office fut créé, suite à une période d'extrêmes fluctuations du prix des oeufs au cours de laquelle l'industrie s'est retrouvée sur le point de s'écrouler. Opprimés, les producteurs ont donc fait appel au gouvernement fédéral, lui demandant de créer un office national destiné à régir le marché.

Suite à des audiences publiques tenues d'un coin à l'autre du pays et à un plébiscite national de producteurs d'oeufs, le CNCPA en vint à la conclusion que la majorité des producteurs favorisaient la création d'un tel office et qu'une telle mesure serait dans les meilleurs intérêts du public.

La permission de créer un office fut donc accordée et le plan global de commercialisation des oeufs fut signé par les autorités fédérales et provinciales ainsi que par divers représentants des producteurs.

En 1975, l'OCCO instaura un système central d'établissement des prix établi en fonction d'une formule du coût de production selon laquelle le producteur moyen pourrait récupérer son coût de production en plus de toucher un profit raisonnable. Le système est basé sur un sondage indépendant que l'on effectue régulièrement sur les coûts.

L'OCCO régir la production en émettant des parts provinciales du marché communément appelées contingents et ce sont les offices provinciaux de commercialisation qui distribuent ces contingents aux producteurs.

Les variations saisonnières de la demande donnent lieu à des périodes où les approvisionnements excèdent les besoins. Alors que les excédents de certaines denrées peuvent être écoulés en réduisant les prix, certains produits de base, comme les oeufs, font souvent preuve de ce que les économistes appellent "l'inélasticité des prix". Un changement de prix n'a que très peu d'influence sur la demande et l'inélasticité de cette dernière, dans le cas des oeufs, fait en sorte qu'une baisse du prix des oeufs ne constitue pas une bonne méthode pour écouler le produit excédentaire.

Chaque semaine, l'OCCO écoule les oeufs excédant les besoins des marchés locaux en les dirigeant vers des régions déficitaires du pays, l'industrie de la transformation ou en les offrant à des acheteurs étrangers.

Par le biais de ses programmes publicitaires et promotionnels, l'Office s'efforce aussi de promouvoir la consommation d'oeufs.



**ONZIÈME RAPPORT ANNUEL  
DE  
L'OFFICE CANADIEN DE  
COMMERCIALISATION  
DES OEUVES**

présenté au ministre de l'Agriculture  
l'honorable Eugene Whelan

au Conseil national de commercialisation  
des produits agricoles  
et

à la Onzième conférence annuelle des producteurs

le mardi, 20 mars 1984  
Ottawa, Canada

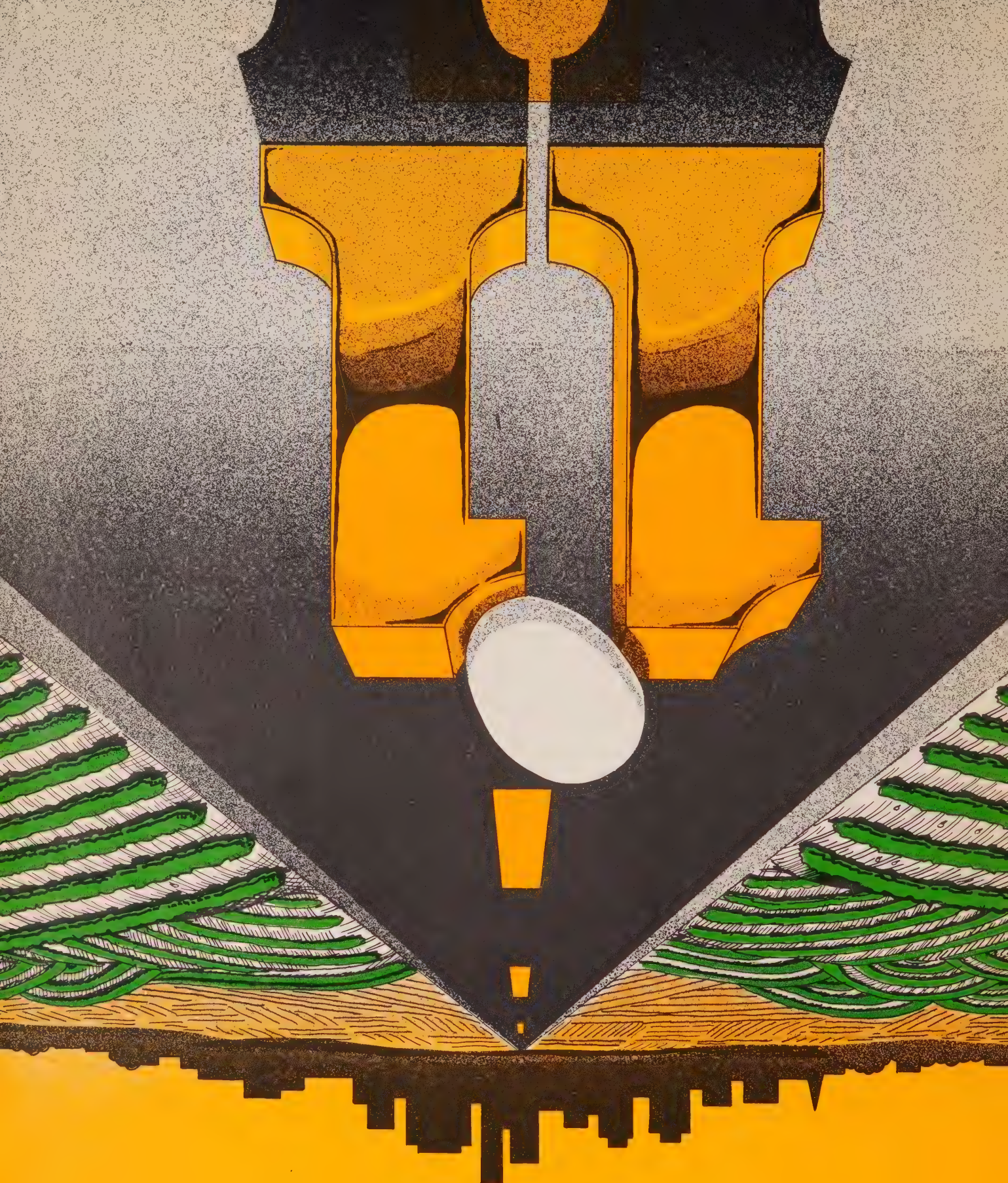
*Conseil d'administration de l'Office canadien de commercialisation des oeufs — 1983*

*Première rangée (de gauche à droite)*  
Ghislain Cloutier (Qc), Don Newcombe (N.-É.), Harold Crossman (Président), Doreen Thomas (Directeur en province),  
Floyd Van Slyke (Alb.), Scott Simmons (T.-N.)

*À l'arrière*  
Jean Brassard (Directeur général), Lorne MacNeill (I.-P.-É.), Don Hicks (N.-B.), Ted Wiens (Sask.), Bill Scott (Ont.),  
John Unger (Man.), Walter Dyck (C.-B.)







L'OFFICE CANADIEN DE  
COMMERCIALISATION DES ŒUFS  
1983



CAI  
DB55  
-R26

# CANADIAN EGG MARKETING AGENCY



1984





---

**12TH ANNUAL REPORT  
OF THE  
CANADIAN  
EGG MARKETING AGENCY**

for presentation to  
The Minister of Agriculture  
The Honourable John Wise

National Farm Products Marketing Council

12th Annual Producers' Conference

Tuesday, March 19, 1985  
Ottawa, Canada

---

# CORPORATE STATEMENT

2



The Canadian Egg Marketing Agency is a statutory corporation established by proclamation of the Governor General in Council on Dec. 12, 1972. CEMA is charged under federal legislation and a federal-provincial agreement to:

- set the farmgate price of eggs;
- regulate national supplies;
- remove surplus from domestic markets; and
- encourage consumption.

These powers are exercised in conjunction with the provincial egg marketing boards.

# LETTER OF TRANSMITTAL

3

Hon. John Wise,  
Minister of Agriculture,  
Members of Parliament

Last year's annual report described measures taken by Canadian egg producers to set our house back in order. Disappointing market results had put a tremendous strain on the agency's export program in 1983 and we were forced to borrow heavily to clear surplus eggs from Canada's markets. Surplus stocks swelled by more than 40 per cent that year as production grew by 4.4 per cent.

This additional production did not come from regulated producers. Unregulated flocks were much more prevalent that year, a natural response to overplacement by Canadian hatcheries.

Unfortunately, Canadian demand did not keep pace with the gains in supply and we were forced to increase our exports by a staggering 125 per cent.

In this report, I am proud to say that producers rallied in 1984 and the egg industry is again among the most robust sectors in Canadian agriculture.

I believe producers proved something last year. They showed the country that they did not take lightly the responsibilities inherent in our egg marketing system. When the agency was forced to implement a tough five-per-cent quota cutback, they gritted their teeth and accepted it.

That quota cut has worked. The 1984 results contained in this report indicate that equilibrium has been restored to the marketplace.

Furthermore, producers have significantly reduced the export program's deficit and by the end of 1985, I am confident that this deficit will be erased entirely.

Despite the production cutback, Canada remains a net exporter of eggs. Shell egg exports outnumbered imports by almost three-to-one in 1984.

Last year's response to the challenges of the market underscores what I believe is the real strength of our egg marketing system. Plain and simple, it's run by producers.

That was the intent of the system's architects when the framework was laid in 1972. That is what has made the Canadian egg industry a success today while elsewhere in agriculture, farmers are falling victim at an alarming rate to the depression in rural Canada.

When egg producers came upon tough times, they did not come cap in hand to Canadians. They did not ask taxpayers to pay for costly support programs nor did they shift the burden to consumers with higher egg prices. In fact, egg prices continued to lag well behind the general food price index. Producers shouldered that burden themselves.

After a dozen years with the Canadian Egg Marketing Agency, I am retiring to my farm in Saskatchewan. It has been time fraught with challenges and frustrations, but a rewarding 12 years nonetheless.

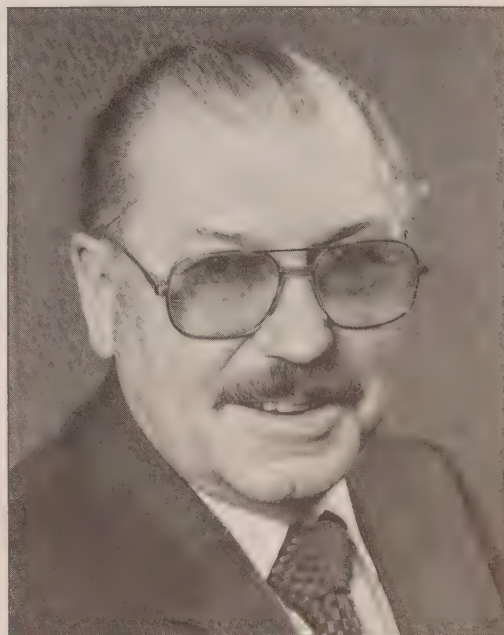
Now as I make way for my predecessor, I must express my concern that the egg marketing system, which has worked so admirably in the past, will be undermined by those who believe that producers are incapable of managing their own system. The results of 1984 bear strong witness that there are no grounds for beliefs of this kind. Yet talk of overhauling the system persists.

There is no argument that the system can be improved. Indeed, it must be responsive to change if it is to have a place in a dynamic market. However, if changes are to come, then I urge legislators not to make them without considerable and thorough deliberation. I urge you in the strongest terms to seek counsel from the agency and egg producers in this matter. It will be given gladly.

Sincerely,



Harold Crossman  
Chairman



HAROLD CROSSMAN  
Chairman



*Producers are the strength of the  
marketing system*





# DIRECTORS' REPORT

4

## FROM THE BOARD ROOM

### Quotas cut 5% to begin '84

The year began on a sour note for Canadian egg producers.

CEMA ordered a nation-wide five per cent quota cut Jan. 1 to come to grips with the critical surplus situation that plagued the industry throughout 1983.

As a result of increased production and static domestic demand, exports had more than doubled in '83, causing a crisis for the agency's producer fund. The agency borrowed heavily to pay the \$16 million required to clear surplus to foreign markets — \$10 million more than in 1982. The producer fund showed a deficit of \$6.7 million as 1984 began.

The quota cut, though a tough tonic to swallow, provided some much needed relief. By the end of 1984, exports were down almost 47 per cent and the producer fund deficit had been slashed by more than \$5 million dollars.

### Utilization boosted to 97%

The signatories to the national egg marketing plan agreed unanimously at a meeting in Ottawa, May 15, to allow provinces to utilize 97 per cent of allotted quota. (Prince Edward Island, Newfoundland and New Brunswick are allowed to utilize 100 per cent of their allocation.)

Previously, a province was permitted only 95 per cent utilization or CEMA inspectors would conduct a complete count of its inventory.

The signatories also agreed that any future quota cut would be phased in over a three-month period rather than take effect on a specific date.

To better monitor provincial inventories, the agency developed and implemented last year a computerized flock monitoring system.

### Atlantic region to feel future quota adjustments

After considerable discussion throughout 1984, CEMA directors agreed upon a more responsive quota policy for three Atlantic provinces at their October meeting.

The new policy still recognizes the special circumstances of producers in Newfoundland, Prince Edward Island and New Brunswick, but it addresses what many considered an unfair advantage over their counterparts in the rest of Canada.

The national egg marketing plan was amended in 1976 to exempt the three provinces from quota cuts because of their limited production and isolation from major markets.

In recent years, the provincial allocation in eggs to each of these three provinces exceeded the base market share allotted to them in the plan. The number of birds that these provinces were allowed under quota regulations had not changed, but those birds had become more productive. With the same number of birds producing more eggs, the three provinces exceeded their individual market bases.

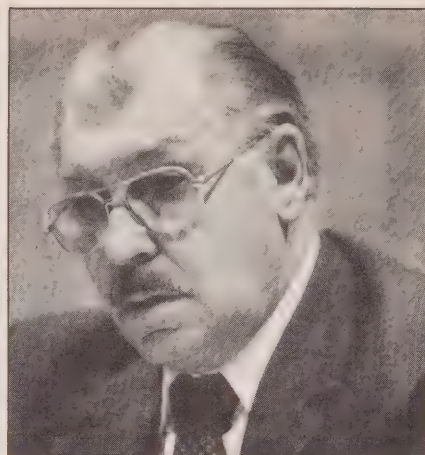
The new policy adopted by the directors leaves the three Atlantic provinces at current quota levels until such time when quotas are changed.

If the next change puts the industry in an overbase situation, where yearly national production exceeds the national base of 475 million dozens, the allocation for these provinces will be determined using a formula for sharing overbase quota across the country.

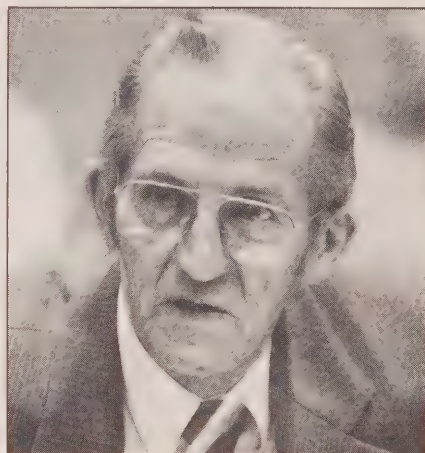
This overbase policy, still to be developed, will determine how the provinces divide additional production quota.

If the next quota adjustment is downward, and puts any province below its base share, the Atlantic provinces will lose birds. If the next quota adjustment is upward, yet remains under base, these provinces will not gain birds.

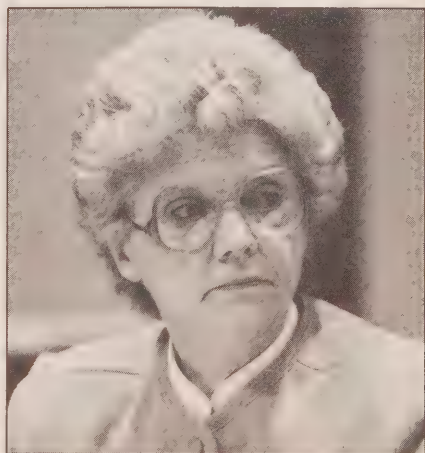
In any case, the three provinces will not drop below their base market share.



**HAROLD CROSSMAN**  
*Chairman*



**DON NEWCOMBE**  
*Vice-chairman (N.S.)*



**DOREEN THOMAS**  
*Director-at-large*

# DIRECTORS' REPORT

5

## No quota change on horizon

Provincial market shares will not change for the first six months of 1985, CEMA directors decided at the October board meeting. The national allocation will remain the same as in 1984 at 463.1 million dozens.

## Pricing plan rejected despite warning

For the second year in a row, the signatories to the national egg marketing plan withheld the unanimous consent required to make changes to the central pricing system.

Despite warnings from NFPMC head June Menzies that if the old system continued, "we will move to get rid of the overpayment," the proposal was rejected by the signatories in a split vote at a meeting in Ottawa May 15.

Such action by the council would lead to lower prices in some provinces and no guarantee of higher returns for provinces where returns now fall short.

The pricing proposal was based on provincial costs of production and a variable buy-back system. Critics argued that such a system would not reduce "deemed overpayments" and would only sweep them under the table by encouraging premiums. They also claimed traditional trade between the provinces would be upset.

A move to test the pricing proposal over a two-year period was also quashed.

After the double-rejection, CEMA immediately reinstated shortfall payments into the COP formula to compensate producers in provinces where the national price falls below provincial costs.

The shortfall mechanism was suspended when the federal government intervened to freeze egg prices in September, 1983. The new shortfall approved by the board of directors May 16 is paid on a monthly basis as before, but it is now calculated on a three-month average rather than a 12-month average. The change enables producers to recover losses sooner.

## \$1.9 million recouped following price freeze

Producers recovered \$1.9 million last year lost during a two-month period in 1983 when egg prices were frozen under federal restraint guidelines.

The federal government ordered a two-cent rollback of a four-cent increase in September, 1983, when prices for Grade A large, propelled by escalating feed costs, exceeded limits set under the controversial six-and-five program. A further two-cent increase due in October was also suspended.

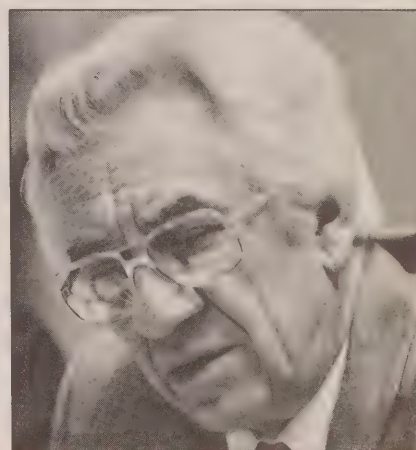
The cabinet conceded later in October that Ottawa could not unilaterally impose restraint guidelines on egg prices because of existing pricing agreements with the provinces and egg producers.

Rather than increase the price of eggs by four cents to regain the amount lost during the two-month freeze, CEMA chose to gradually return to cost of production (COP) formula pricing to soften the blow to consumers. In late October, producers were given a two-cent-a-dozen increase on their egg cheques. Another two cents were added in November to make up the difference.

To reimburse producers who were left \$1.9 million out of pocket, CEMA added one cent a dozen to the price for Grade A large normally dictated by the COP formula in February. The loss was recouped by August and the extra penny a dozen was dropped from the formula price.



**WALTER DYCK**  
*Director (B.C.)*



**FLOYD VAN SLYKE**  
*Director (Alta.)*



**TED WIENS**  
*Director (Sask.)*



# DIRECTORS' REPORT

6

## CEMA caps processor prices

CEMA put a ceiling on egg prices paid by domestic processors early last year after tight U.S. supplies pushed the breaker price in Canada to record levels.

CEMA directors agreed in a special conference Jan. 31 to set a 95-cent ceiling for the processor price of Grade A large. A provision was included that processors would be expected to make up the difference — plus interest — between the contract price and the actual price when eggs dropped below 95 cents.

Prices remained capped until July.

Breaker prices are traditionally linked to U.S. prices to assure Canadian processors that they can compete with U.S. egg products sold in Canada.

## Producer export levy same for '85

Egg producers won't be asked to pay higher levies for at least the first six months of 1985, the board of directors decided at its October meeting. The producer levy is currently set at three cents a dozen.

## Sales to processors up; domestic levy increased

CEMA directors approved a .7 cent hike in the domestic levy at their December meeting to keep pace with growing sales to the Canadian processing industry. Domestic demand for processed egg products in 1984 was 25 per cent higher than in the previous year, increasing considerably the costs of the agency's surplus removal program.

CEMA raised the levy for 1985 from 2.8 cents-a-dozen to 3.5 cents to keep pace with higher costs.

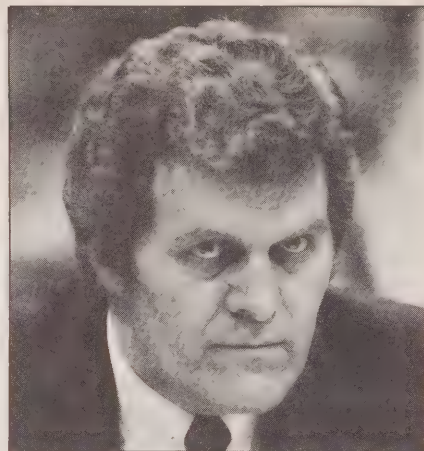
The agency also began a major overhaul of its surplus removal program to reduce costs and began to hammer out a definition of "processors" to determine which companies are eligible to buy eggs at reduced prices. There has been growing concern that some companies purchasing the cheaper product are actually competing in the market with table eggs.

## Administration levy hiked, welcome news for provinces

CEMA's board approved a half-cent increase in the administration levy at its May meeting to cover higher costs incurred by the provincial egg marketing boards. This increase was sanctioned by the National Farm Products Marketing Council.

The provincial portion of the administration levy had been fixed at 1.5 cents per dozen since 1976.

The administration levy funds all administrative services in the egg marketing system, including advertising and promotion, maintaining quota systems and general office operations. The levy is included in the price set by the COP formula.



**BILL SCHMITKE**  
*Director (Man.)*



**BILL SCOTT**  
*Director (Ont.)*



**RAYMOND LAPLANTE**  
*Director (Que.)*



# DIRECTORS' REPORT

7

## Only two-word amendment for supply management act

The first bill passed by Prime Minister Brian Mulroney's fledgling Conservative government was a long-awaited change to the legislation for the national supply management agencies. With a simple two-word amendment Nov. 2, Canadian tobacco growers became eligible to join egg and poultry producers in supply management schemes.

Amendments to the Farm Products Marketing Agencies Act had been introduced by then agriculture minister Eugene Whelan June 29, the last day in power for the deposed Liberal government.

But the amendments were blocked when they failed to gain the required unanimous support in the Commons. The amendments would have strengthened the powers of the Farm Products Marketing Council and opened the act to producers of any commodity.

## No official status yet for killer disease

The federal government did not add deadly Avian Influenza to the list of "reportable" diseases in 1984 despite pressure from CEMA and others in the Canadian egg industry.

CEMA submitted a detailed proposal in the spring to Agriculture Canada asking for total producer compensation in the event of an outbreak such as the one that crippled the poultry industry in the northeastern United States last year.

The department offered CEMA assurances that even though A.I. did not have official status, it would not hesitate to impose quarantines and depopulate flocks if the disease was detected in Canada. It also told the agency that producers would be compensated.

At the conclusion of 1984, the department was still considering adding A.I. to the reportable disease list.

Since Avian Influenza was detected in the U.S. in April 1983, federal task forces destroyed more than 11.5 million birds in much of Pennsylvania and parts of Maryland and New Jersey. In Virginia, the task force destroyed more than 1.2 million birds.

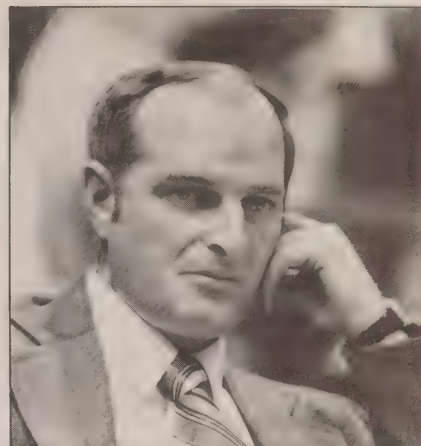
The total cost of indemnities and support for the fowl-kill programs was more than \$80 million.

During the epidemic, Ottawa placed import restrictions on poultry products from the quarantined states and slapped export controls on Canadian eggs. High U.S. egg prices, driven up by tight supplies, attracted traders here and threatened to cause a shortage in this country, according to former agriculture minister Whelan. The controls were lifted late in the year.

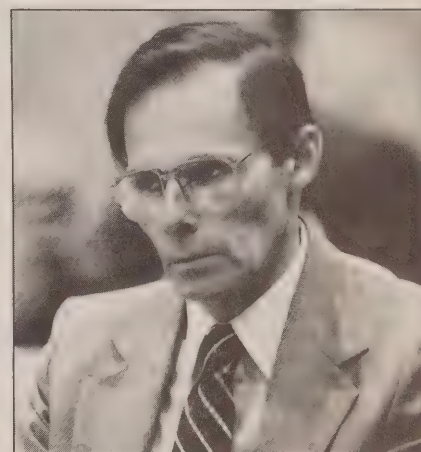
## Egg producers send food aid to El Salvador

Egg producers donated 10 metric tonnes of powdered eggs in March to feed the hungry in strife-torn El Salvador. The donation, valued at over \$100,000, was made through the Mennonite Central Committee to the Catholic Relief Services, the only Salvadoran agency licensed to import such supplies.

The eggs were processed at a discount by B.C.'s Vanderpole's Eggs Ltd., a firm that specializes in dried egg processing. The eggs were put through a desugaring process to allow them to be stored in higher temperatures.



**DON HICKS**  
*Director (N.B.)*



**LORNE MacNEILL**  
*Director (P.E.I.)*



**SCOTT SIMMONS**  
*Director (NFLD.)*

# GENERAL MANAGER'S REPORT

8

## Egg industry enjoys brighter year but still faces enormous challenges

The egg industry tightened the reins on production in 1984 and rebounded strongly after posting disappointing results in the previous year. Producers were slapped with a five per cent quota cut to start the year but the sting was soothed considerably by year-end with an impressive turnaround in the producers' export account.

Egg prices again lagged well behind the general food price index and the Grade A large price actually ended the year lower than when it began.

Prices in 1984 proved more erratic than expected but generally followed the predicted course. Prices held steady in the first quarter, fell during the second quarter, jumped dramatically in July and then declined steadily to the end of the year.

Supply declined after the quota cut and demand was steady. Production was trimmed by three per cent in 1984 after a 4.4 per cent increase a year earlier. Table consumption slipped marginally after two relatively static years, but major gains in processor demand in 1984 made up the difference.

With this supply and demand picture, exports of surplus eggs plummeted. Exports were down 46.7 per cent after swelling by 124.4 per cent in 1983. This surplus reduction, when combined with changes in the producer levy in late 1983, generated improvements on the agency's balance sheet for the export account.

In 1983, producers paid \$16.7 million to export 1.8 million boxes of 15 dozen. Last year, producers' costs were slashed to \$7.5 million to export 936,819 boxes — a difference of \$8.9 million.

## Egg industry must come to grips with troublesome issues in 1985

Improved market conditions last year were naturally hailed by the egg industry, but there remain many pressing issues with which it must come to terms.

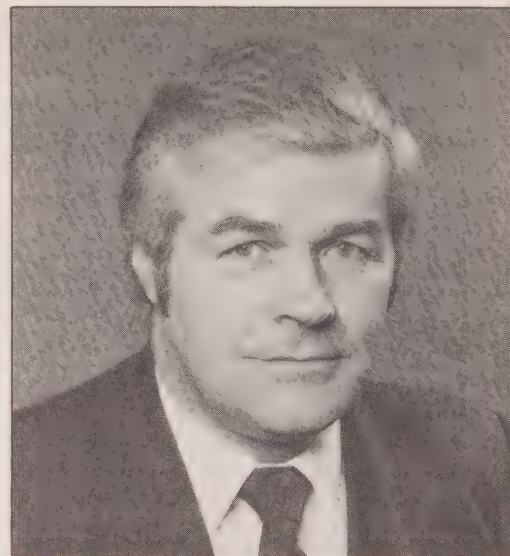
Overpayments and underpayments are inherent problems in our pricing system which have to be eliminated. The agency has been working on various pricing proposals for several years but has been unable to arrive at solution agreeable to all the signatories to the federal-provincial agreement on egg marketing.

The same is true of overbase quota. The distribution of market shares beyond the original base has been another thorny issue, the subject of protracted debate among the signatories.

Although the criteria for allocating market shares is outlined in the enabling legislation and the federal-provincial agreement, the relative importance of each criterion is not indicated beyond a stated preference for comparative advantage.

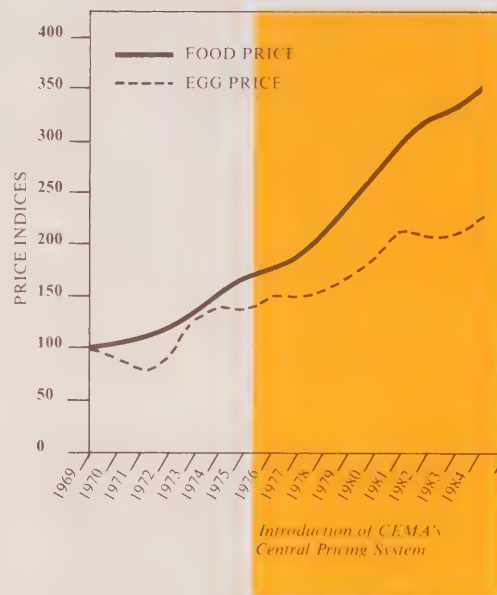
However, comparative advantage in egg production among the provinces tends to be moderated by the federal government's grain policy. This policy supports livestock production in those areas of Canada that are removed from the country's grain-growing regions.

So far every attempt to quantify the criteria in some sort of mathematical formula has failed to gain support from the signatories and the egg industry. If we are to make any progress in this area, perhaps it is time to look beyond the contentious criteria and develop a more acceptable approach to the problem.



**JEAN BRASSARD**  
*General Manager*

**PRICE INDICES 1969-1984**  
(1969 = 100)



Source: STATISTICS CANADA



# GENERAL MANAGER'S REPORT

9

## Market patterns shift as processor demand grows

The evolution of the demand for eggs in Canada has forced the agency to reconsider its markets. Historically, 95 per cent of eggs sold in this country went to the table market while processors appeared to absorb the other five per cent. However, that ratio has just recently shifted and now the table market accounts for 85 per cent of eggs marketed while the processor share has grown to 15 per cent.

Eggs sold to the processing industry are subsidized by a levy on table market eggs. With the shift in demand patterns, is it reasonable to expect table product to continue to subsidize processors?

CEMA has already begun to address this question by reconsidering the definition of a processor, potentially restricting those eligible to buy eggs at subsidized prices. The agency has also taken steps to revise the processor price and is reviewing the buy-back program whereby eggs surplus to Canadian table markets are cleared from graders on a weekly basis.

But these are short term measures. Ultimately, the situation will be resolved only through common-sense negotiations involving the entire egg industry and the consumer.

## Flock-monitoring now done by computer

New computer technology has allowed CEMA to make significant improvements in flock-monitoring to ensure the provinces that each is living up to the terms of the federal-provincial agreement.

This technology allows each province to assume more responsibility for its inventory of regulated birds.

Seven provinces are now on the CEMA flock-monitoring system. The other three have parallel systems.

## Crucial year for marketing program

The coming year will be a watershed for our marketing program.

In response to growing controversy over commodity advertising, the agency is conducting in-depth research to measure the effectiveness of its marketing program. In test markets across the country the agency will measure the impact advertising has on egg consumption.

Critics of commodity advertising argue that it is a waste since a product such as eggs does not compete for market shares with rival brands. However, the question remains whether commodities compete with alternative products. For instance, do eggs compete with breakfast cereals?

Statistics indicate that in the United States, where there is no concerted egg marketing program, per capita consumption has dropped at a significantly faster rate than in Canada, where such a program does exist. In Europe, the egg industry is mounting heavy advertising and promotion campaigns to reverse declines there and stimulate consumption.

## A final note

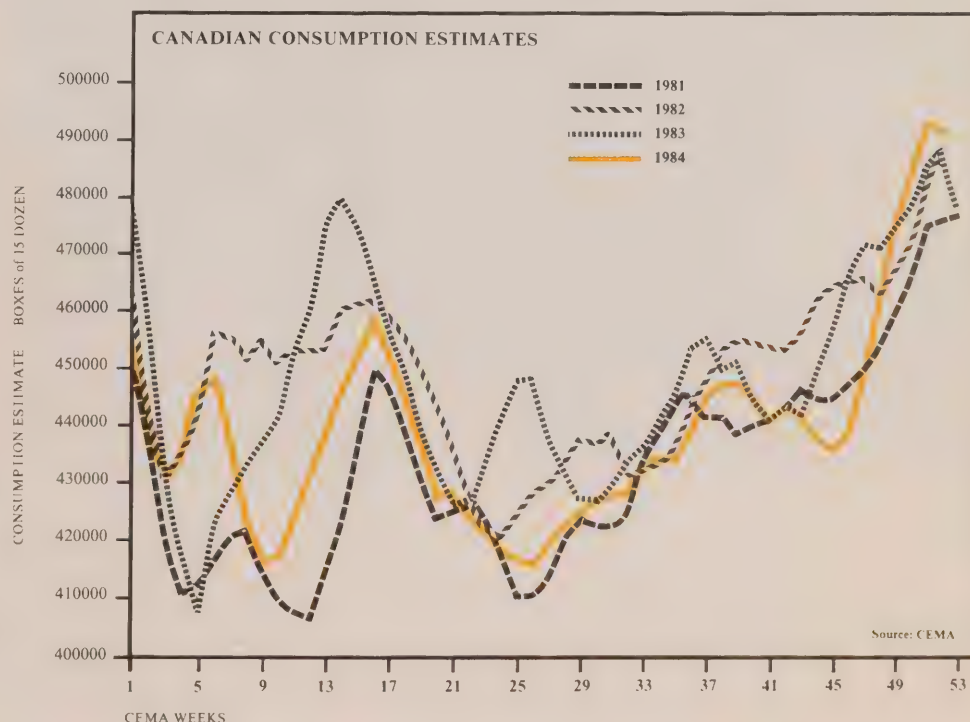
In the past four years, the agency has made tremendous gains in developing the clearest possible understanding of its four mandates — price, supply, surplus and marketing. We have concurrently developed the organization to reflect these mandates.

While it is relatively easy to find qualified professionals on today's job market, it is virtually impossible to find any with a background in supply management. Thus it is necessary that newcomers to CEMA undergo rigorous training to become proficient in this area.

In this evolution CEMA has attracted highly-capable personnel who have gained the requisite experience through time. The agency now has an adequate structure to meet industry demands.

I am fortunate to work with an excellent staff. I extend to each employee my sincere thanks for a job well done in 1984.

Jean Brassard  
General Manager





# MARKET REVIEW

10

## PRICE

### Egg prices drop steadily during latter half of year

Don't tell egg producers about inflation. They wound up 1984 being paid less for their eggs than when the year began.

The price paid to producers for a dozen Grade A large at year-end was two cents lower than at the beginning of 1984.

Egg prices changed only slightly during the first quarter of 1984 with no more than a cent-a-dozen difference in the first three months. Declines in feed prices were offset by a one-cent increase in February to recover producer losses during a two-month freeze in 1983.

That moderating trend was interrupted by a three-cent drop in April as pullet costs fell, largely because producers received more for spent fowl.

Prices remained steady through May and June but again there was a dramatic change when the July price was upped by four cents. A half-cent hike in the administration levy was tacked on to higher pullet and feed costs to bring about the increase.

Prices then declined steadily for the remainder of the year, dragged down by declining interest rates and feed costs. Even though western Canada experienced severe drought conditions during the summer and crop yields were down substantially, feed prices dropped. These prices are set in the international market, and bumper crops of feed grains in the U.S. and eastern Canada depressed prices at the expense of western grain growers.

The price of Grade A large finally ended up posting a 14-month low in December.

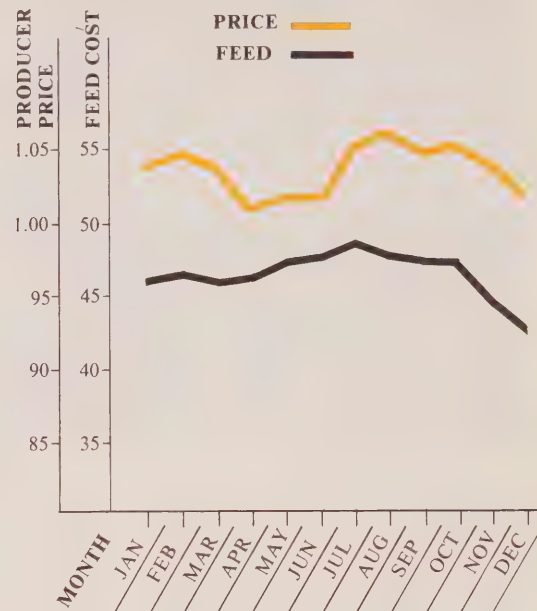
The producer price for Grade A large is set at the beginning of each month by the Canadian Egg Marketing Agency. The price is calculated using a mathematical formula, which includes accounting and economic principles, to determine production costs. Price adjustments are reported in advance to the federal government's National Farm Products Marketing Council.

Prices for other egg sizes are set by CEMA following consultation with the provincial egg boards. Prices are set according to relative supply and demand of each size and market forecasts.

The weighted average producer price for all sizes began 1984 at 97.2 cents-a-dozen, fell to a low of 95.1 cents during the summer, peaked at 100.4 cents in September and ended the year at 96.3 cents.

## FEED COSTS VS PROVINCIAL COSTS OF PRODUCTION — 1984

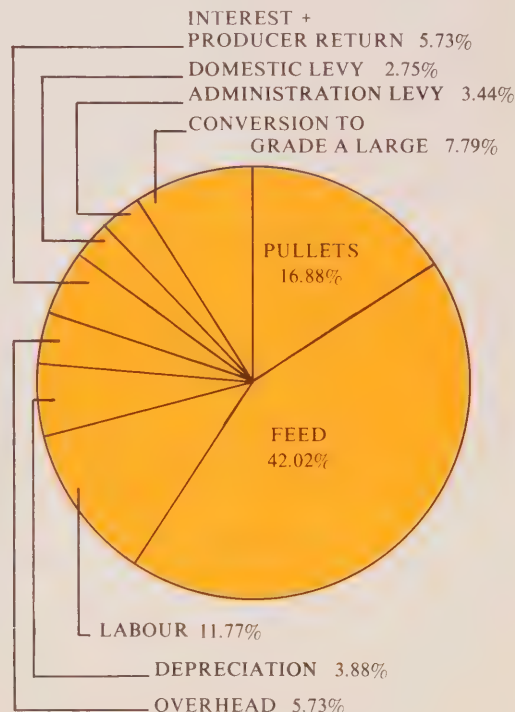
— Prices per dozen Grade A large in Ontario



Source: CEMA

## RELATIVE IMPACT OF INPUTS ON PRODUCER COSTS

(ONTARIO PRODUCER COSTS AS OF DECEMBER 1984)



Source: CEMA

# MARKET REVIEW

11

## Processor prices plunge

Processor prices dropped sharply during 1984, keeping pace with erratic U.S. prices.

Large eggs sold to processors in Ontario began the year at \$1.05 a dozen and by the end of January had climbed to a high of \$1.14 before CEMA capped the price at 95 cents.

The price remained at the 95-cent plateau until mid-July when it began its steep decline. The large price finished the year at 63 cents.

Processor prices are based on what it would cost to land U.S. eggs in Canada to enable the domestic processing industry to be price competitive with U.S. egg products sold in Canada.

But U.S. supplies were extremely tight for much of last year as Avian Influenza decimated the egg industry in the northeast. In unprecedented fashion, U.S. prices soared above Canadian prices.

Since processor prices here are linked to U.S. prices under terms of a contract negotiated with CEMA, Canadian processors were paying much higher prices than ever before.

When CEMA stepped in to cap those prices at 95 cents, processors agreed to make up the difference between the cap and the negotiated price when prices finally fell below 95 cents. They also agreed to pay interest charges.

That difference plus interest was paid in full before the end of the year.



# MARKET REVIEW

12

## SUPPLY

### Successful quota cut trims supplies

A significant turnaround in supply paved the way for the egg industry's resurgence in 1984.

After a lack-lustre market performance in 1983, when a 4.4 per cent increase in production and static demand struck to swell surplus stocks by nearly 41 per cent, CEMA ordered a five per cent quota cutback for Jan. 1.

The quota cut successfully trimmed 1984 production by 12 million dozen eggs and realigned supply with demand. The national laying flock slipped to an average of 18.5 million hens last year, well below the 1983 average of 19.4 million hens.

Production declined by three per cent to 25.7 million boxes of 15 dozen from 26.5 million in 1983.

Gradings declined in every province except Prince Edward Island, New Brunswick and Newfoundland. Gradings in the latter two provinces remained virtually the same, while in P.E.I. gradings showed a 2.5 per cent increase. Since P.E.I. contributed only 0.6 per cent to total Canadian supply, the increased production was negligible.

The largest decrease in provincial gradings was recorded by Saskatchewan. Gradings fell there by 9.5 per cent, from 893,365 boxes to 808,050.

In Ontario, the country's largest producer of eggs, gradings fell 3.5 per cent. Ontario had gradings of 10.6 million boxes in 1984 compared to 11 million in the previous year.

Imports accounted for 1.27 per cent of total supply. Imports increased slightly last year to 330,649 boxes compared to 310,499 boxes in 1983.

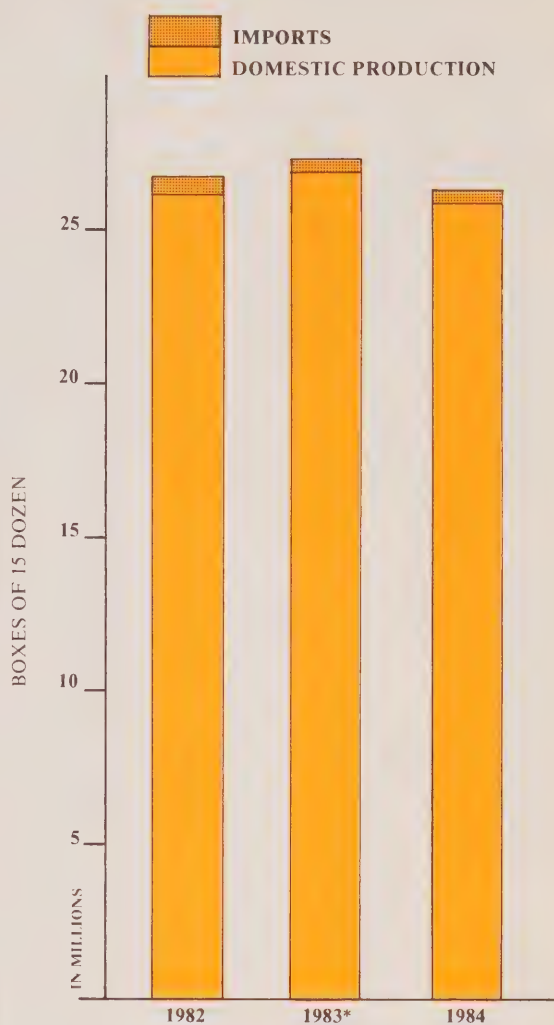
### Chick Placements — in thousands

	1983	1984	% change
British Columbia	2993	2819	-5.8
Alberta	2557	2421	-5.3
Saskatchewan	1094	1178	+7.6
Manitoba	3058	3047	-0.4
Ontario	9200	9056	-1.6
Quebec	3609	3266	-9.5
Atlantic Provs.	2009	2037	+1.4
<b>Total</b>	<b>24520</b>	<b>23824</b>	<b>-2.8</b>

(Excludes the effect of interprovincial movements and imports of started pullets)

Source: Poultry Market Report  
Agriculture Canada

## SUPPLY — '82, '83, '84



PRODUCTION + IMPORTS = TOTAL SUPPLY

\* Adjusted for comparison  
53 weeks in fiscal year



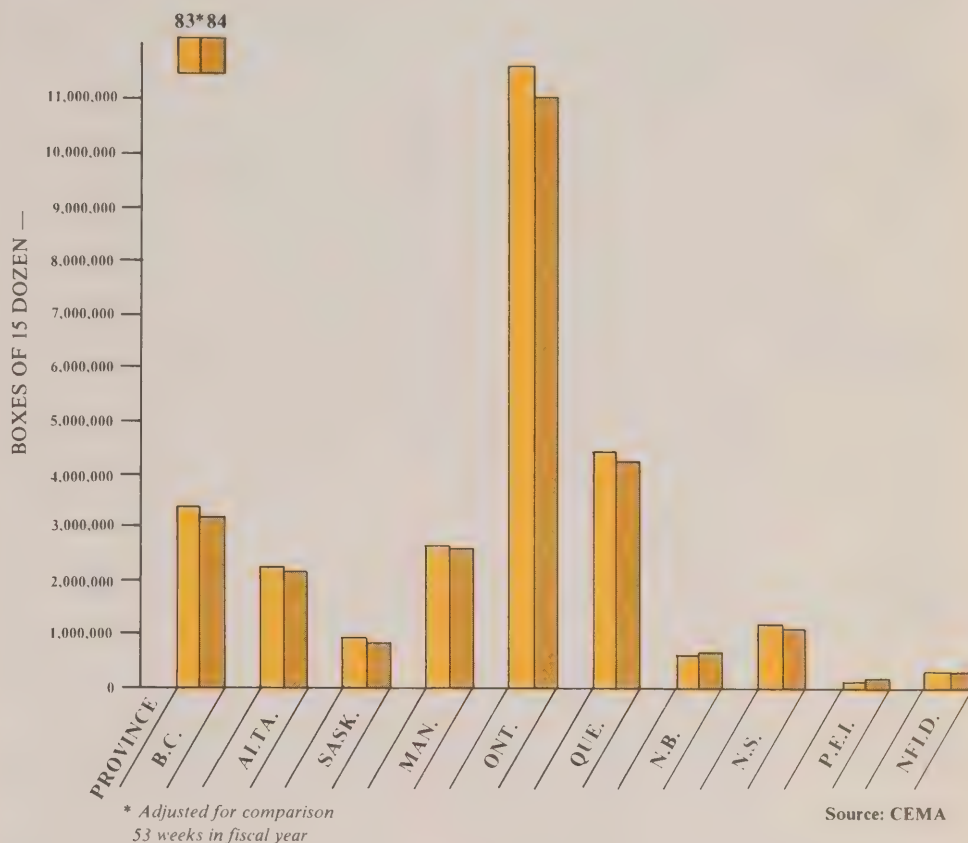
# MARKET REVIEW

13

Canada must allow a minimum number of imports into the country each year to satisfy terms of the General Agreement of Trade and Tariffs. The international trade pact requires Canada to admit shell egg imports equal to at least 0.675 per cent of the previous year's domestic production. The federal government issues global import permits to traders in this amount. The government can also issue supplementary import permits when demand cannot be met with eggs produced in Canada.

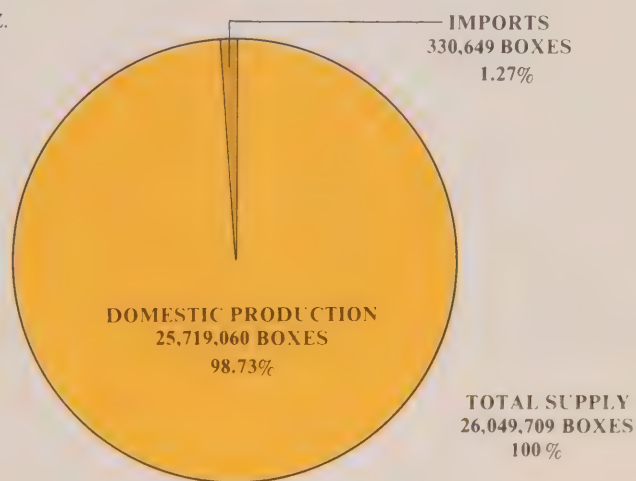
More than half the eggs produced in Canada last year were Grade A large — 13.5 million boxes or 50.3 per cent. There were gradings of 4.8 million (17.7%) boxes of extra large eggs, 6.1 million mediums (22.8%) and 1.3 million smalls (4.7%).

## PROVINCIAL GRADINGS - '83 VS '84



## SOURCES OF SUPPLY — 1984

BOXES OF 15 DOZ.

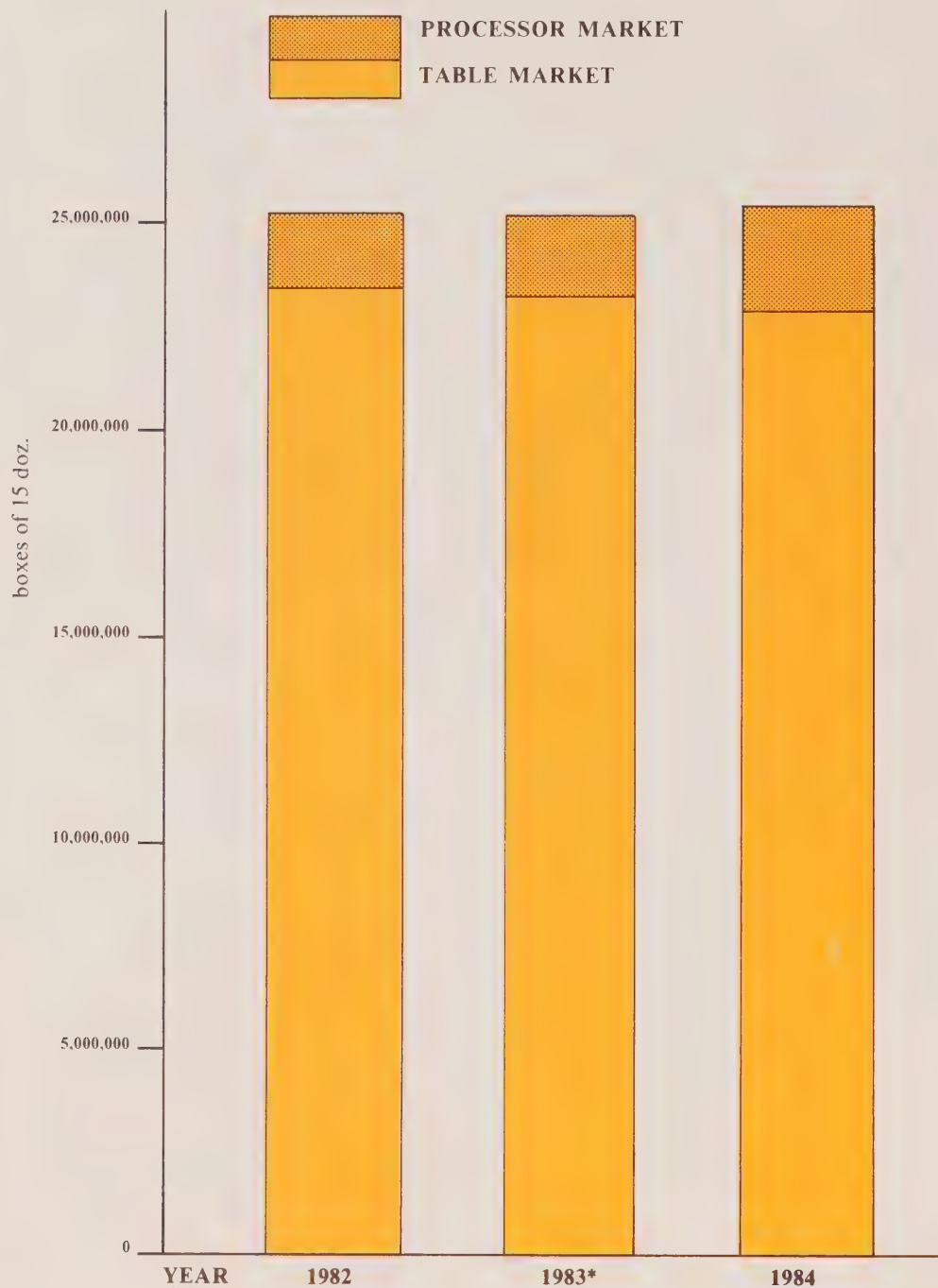


Source: CEMA

# MARKET REVIEW

14

## DEMAND — '82, '83, '84



\* Adjusted for comparison  
53 weeks in fiscal year

Source: CEMA

# MARKET REVIEW

15

## DEMAND

### Drop in table market offset by surge in processor demand

Static demand for eggs last year demonstrated the prudence of a five per cent quota cut in 1984.

Solid growth in the processing industry last year offset a slight decline in table market consumption as overall Canadian demand remained virtually unchanged from the previous year.

After 1983 figures are adjusted for comparison (fiscal year 1983 contained 53 weeks), demand in 1984 was up only 27,950 boxes of 15 dozen to 25.09 million.

For the second year in a row, table market demand was down from the previous year. Consumption fell from 23.3 million boxes in 1983 to 22.9 million last year, a drop of 1.7 per cent. Table market requirements declined steadily in the first half of 1984, slipping 1.4 per cent in the first six months, then declining at a more moderate pace until December.

Consumption rallied during the final month of 1984 and increased dramatically to finish higher than at any time in the last four years.

Processor demand grew by 25.3 per cent last year to make up for the generally disappointing performance in the table market. Processors purchased 2.2 million boxes last year, up from 1.8 million boxes in 1983.





# MARKET REVIEW

16

## SURPLUS

### Surplus improvement highlight of '84

The Canadian egg industry reined in over-production in 1984 and succeeded in reducing the surplus to table requirements by 11.5 per cent. This figure declined from 3.6 million boxes of 15 dozen in 1983 to 3.2 million boxes.

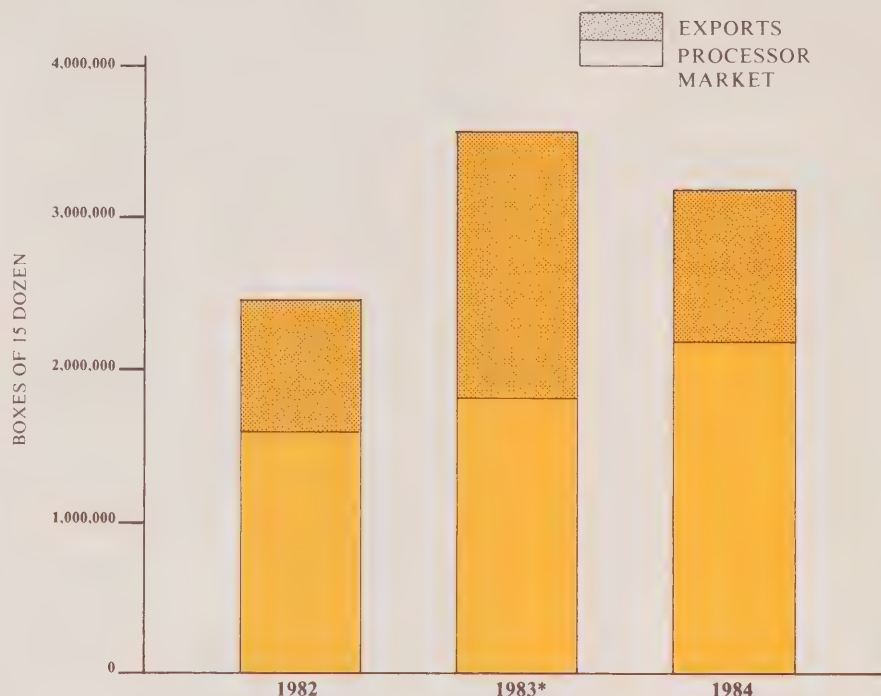
The dramatic improvement was reflected in CEMA's export program. Exports fell a staggering 46.7 per cent from 1.8 million boxes in 1983 to 936,819 boxes.

All but a few exports were sold to foreign processors — 934,019 boxes compared to just 2,800 boxes to table markets.

Despite the reduction in exports, Canada maintains a healthy trade balance and remains a net exporter of eggs.

As described earlier in this report, processor demand for eggs excess to table markets grew significantly last year. Canadian processors purchased 2.2 million boxes last year — a 25.3 per cent increase.

## PROCESSOR MARKET AND EXPORTS —'82, '83, '84



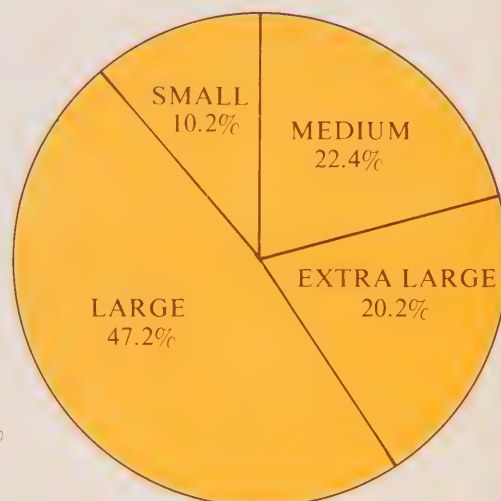
\* Adjusted for comparison  
53 weeks in fiscal year

Source: CEMA

## PROCESSOR MARKET AND EXPORTS BY SIZE — 1984

3,178,650 BOXES OF 15 DOZEN = 100%

Source: CEMA

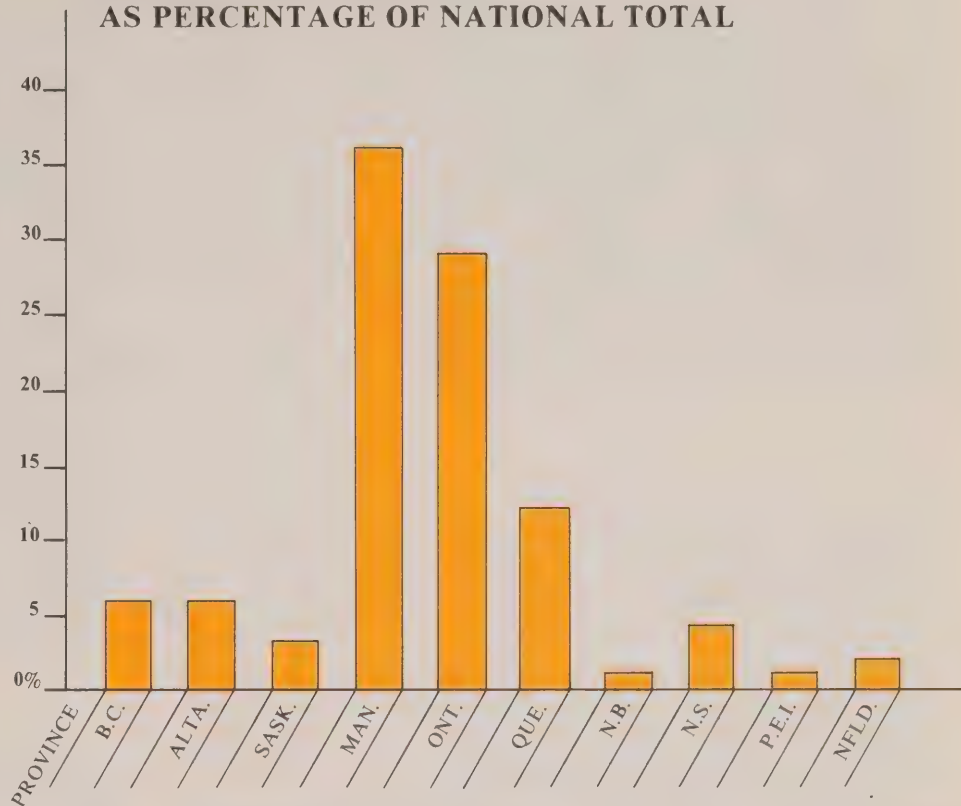


# MARKET REVIEW

Almost half of the surplus to table markets was comprised of large eggs at 1.5 million boxes (47.2%). There were 711,422 boxes of surplus medium eggs (22.4%), 642,045 boxes of X-large (20.2%) and 325,879 boxes of smalls (10.2%).

This was in marked contrast to 1983 when only 909,735 boxes of large eggs were declared surplus, just 24.4 per cent of the total. Medium-sized eggs accounted most of 1983's surplus with 1.6 million boxes (44.1%).

## PROVINCIAL SURPLUS AS PERCENTAGE OF NATIONAL TOTAL



TOTAL = 3,178,650 BOXES OF 15 DOZEN = 100%

Source: CEMA

# COMMITTEE REPORTS

18

## EXECUTIVE COMMITTEE

### Executive committee defines top agency roles

The Executive Committee was instructed by the board of directors in late 1983 to clarify CEMA by-laws pertaining to the roles and responsibilities of the chairman and the general manager. This work was completed in March of last year. Amendments to the by-laws were presented to the board for consideration at its meeting that month.

## COP COMMITTEE

### Survey of producers in '84 will determine future prices

The Cost of Production Committee's main task in 1984 was the review of findings of the COP survey taken across the country in April and May.

The COP Update Survey has been held every two years since 1976 with the exception of 1983. The survey was delayed a year due to the National Farm Products Marketing Council's inquiry into CEMA's cost of production formula.

Extensive planning for the update survey actually began in 1983 and continued early in 1984. This planning involved:

- 1) the selection of a consulting firm, Agriconsultants, to prepare the survey questionnaire and analyze survey results;
- 2) a basic review and subsequent approval of survey methodology; and
- 3) the selection of accountants Peat, Marwick, Mitchell and Co. to conduct the survey.

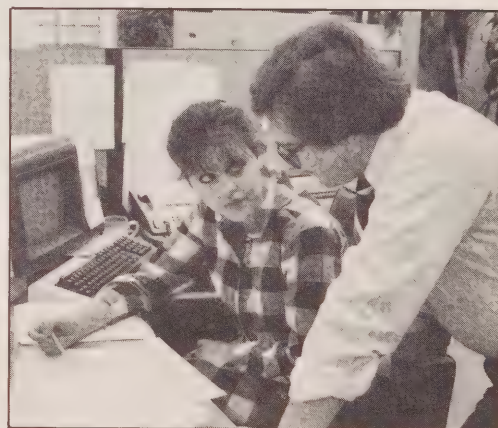
The Executive Committee at each of its six meetings last year examined at length the agency's financial situation. One result has been the formation of a special sub-committee to find means of cutting costs in the surplus removal program.

All producers in Saskatchewan, Nova Scotia, New Brunswick, P.E.I., and Newfoundland, with flocks between 10,000 and 50,000 birds, were asked to open their books last spring for the update survey. Producers in other provinces were selected at random for the survey. In all, 185 producers across the country took part.

During the interviews, producers were asked to present their 1983 production costs for feed, pullets, labour, buildings, land, cages, fuel, electricity — everything it cost to produce eggs.

An innovative feature of the survey was the use of portable computers with a specially designed program to record producers' responses.

New concepts have arisen in the analysis of the survey information which will change the way in which the remuneration for capital is calculated in the pricing formula. The COP formula will be updated in 1985 after the council has verified the survey results.





# COMMITTEE REPORTS

## BUDGET COMMITTEE

### Budget increased to cover TV costs

CEMA's budget includes administrative, domestic and export accounts which are funded by separate levies.

There is a major increase in the administration budget in 1985 due to the resumption of television advertising. However, there should be no increase in the administration levy in 1985 even though the administration budget proposes a net deficit against revenues. This is offset by the positive position of the 1984 year-end closing balance.

The board of directors agreed in May to increase the administration levy by a half cent to 3.5 cents a dozen to cover higher provincial board costs. This levy had not been adjusted since 1976. CEMA's share of this levy remained 1.5 cents.

After projections last year indicated continued strong demand from the Canadian processing industry resulting in heavy losses in the domestic fund, the Budget Committee recommended that this levy be raised .7 cents to 3.5 cents. This increase was approved at the December meeting of the board of directors.

Buyback costs are now included in the budget so surplus removal costs will be subject to tighter control.

The five per cent quota cut at the beginning of 1984 brought supplies back in line with Canadian demand and greatly reduced the stress on CEMA's export program. Much of the deficit recorded in 1983 was erased last year and the prognosis at year-end was very optimistic. With the dramatic decline in exports, there was no need to adjust the producer levy last year and it should stay fixed at three cents a dozen for at least the first half of 1985.

An internal audit, which is a separate undertaking by Touche Ross, began last year. The first phase, an analysis of the Finance Department, has been completed.

It was also reported to the Audit Committee that the switch to computerized inventory control last year had been accomplished smoothly and accurately.

The committee recommended to the board of directors that Touche Ross be engaged to conduct the 1984 audit for the agency. This recommendation was accepted by the board.

## AUDIT COMMITTEE

### Levy control is problem, Audit Committee told

There isn't sufficient control of levies by some provincial egg marketing boards. Touche Ross and Co. warned the Audit Committee at its Dec. 11 meeting.

"We as auditors have been unable to satisfy ourselves that sufficient controls are in place at the provincial level to ensure the proper collection of all levies due," said Touche Ross auditor Carmen Joynt.

Since levies are paid on a per dozen basis and certain sales areas are nearly impossible to monitor, control problems arise, he explained.



# COMMITTEE REPORTS

20

## EGG QUALITY COMMITTEE

### Pre-grading regulations worry provincial boards

Agriculture Canada's proposal to amend egg regulations under its Canada Agricultural Products Standards was discussed at length at both meetings of the Egg Quality Committee last year.

The change concerns the monitoring of egg quality before grading. The amendment would require that shipments of eggs from flocks in production over nine months meet certain criteria for quality and condition before being sold to the table market trade.

Most provincial egg marketing boards have been sharply critical of the proposal. They fear local markets, especially in Atlantic Canada, could be shorted if a single producer's entire shipment of eggs was rejected.

Other boards were concerned about the producer price and how it would be determined in those provinces without breaking plants. They wanted to know who would be expected to pay for transportation costs. Newfoundland, Prince Edward Island, Nova Scotia, New Brunswick and Saskatchewan do not have breaking facilities in their provinces. Eggs failing to meet pre-grading standards would have to be moved outside those provinces for processing.

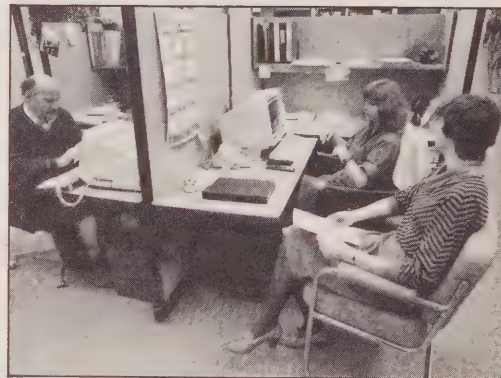
Agriculture Canada has urged CEMA to change its surplus removal regulations to include all grades of eggs, not just Grade A. The department expects the new regulations to be in place in the fall of 1985.

### Yolk colour hurts exports, processor council complains

Export opportunities are being missed because yolk colour varies from region to region according to whatever grain is used in laying rations, the Canadian Poultry and Egg Processors Council told the Egg Quality Committee.

The addition of colouring agents to eggs used in processed products is permitted in Canada, but such agents are not acceptable in the international market, which prefers darker yolks produced by corn-fed hens.

Simply adding four per cent alfalfa to laying rations would result in a darker yolk from hens on wheat-based rations. The committee recognizes, however, that CEMA has no role in imposing product standards beyond ensuring that top quality eggs are available for the table market. This subject will be reviewed again in 1985.





# COMMITTEE REPORTS

## MARKETING COMMITTEE

### New marketing course plotted in '84

CEMA's Marketing Department develops and implements marketing programs designed to increase the consumption of shell eggs in the Canadian marketplace.

The two primary market targets in 1984 continued to be the consumer retail market and the food service sector. The latter group includes institutional food service operations found in hospitals and educational institutions, plus the hotel, motel and restaurant trades. These operations represent about one-fifth of the total shell egg consumption in Canada, and a significant opportunity for long-term growth. Recognizing the importance of this market segment, CEMA has added a full-time food service co-ordinator, with extensive experience in the food service industry.

At the consumer level, because CEMA is not directly involved in the sales of eggs to retailers, the marketing thrust is principally of a "pull-through" nature — stimulating primary demand directly with the consumer.

As a direct result of the very successful recipe book program in late 1983 — "Eggs for One, Eggs for Two, Eggs for Four, Eggs for More" — three additional recipe books were produced and distributed last year. Two of the books were sent directly to more than four million households each, in conjunction with national coupon campaigns.

The third cookbook, devoted exclusively to recipes for use in microwave ovens, was distributed through retailers of microwave ovens. Additional coverage was obtained through write-ins in response to the media campaign for the booklet's launch. A continuing flow of re-orders from these retailers, cooking schools and importers testifies to the usefulness of this particular publication. The microwave oven industry had its best year ever, adding more than a half million households, increasing household ownership to more than 30 per cent in most parts of Canada.





# COMMITTEE REPORTS

22

---

During the early part of the year, the relationship with the advertising agency that handled our account for several years was ended. Subsequently, with the appointment of marketing manager Don Stevenson, and the selection of advertising agency Ronalds-Reynolds, new decisions were made for future direction of the agency's marketing strategy.

One such decision was to reduce the emphasis on recipe books (which had begun to bombard consumers from many sources) in favour of a multi-media advertising approach. Although the primary medium will be television, supporting coverage will be provided by radio, magazines and billboards at various times during the year. Each medium is being planned in such a way that provincial boards can extend coverage in their respective markets, by increasing intensity of coverage, extending the duration of campaigns, placing additional campaigns or broadening the geographic coverage within their province.

The other dramatic new development was an agreement with the Canadian Amateur Swimming Association to use double gold medalist Alex Baumann as the focal point for promotional activities for the next two years.

Marketing is not confined to advertising and promotion. Market research, to measure the success of ongoing programs, and provide better information about the consumer to aid in developing new programs, is an important component of the marketing effort. Data from the tracking study and a series of focus group interviews with consumers in Toronto, Vancouver and Montreal, helped to refine market targets. Thus CEMA can tailor commercial messages to reach specific audiences more effectively. New research programs to measure retail sales in response to advertising campaigns have also been implemented.

In an effort to expand future markets, the agency continues to invest in basic research at Canada's universities, exploring new ways to utilize the various components of the multi-talented, "extraordinary egg".

*The Extraordinary Egg* is in fact the title of CEMA's new 12-minute film, all about how eggs are laid, collected, graded, packaged and distributed. Also offered in video cassette format, and close-captioned for the hearing impaired, this film has received educational status from the National Film Board of Canada. Prints or cassettes are available free from provincial boards as well as from a number of resource centres for both provincial ministries of education and local school boards.

COMMITTEE  
REPORTS



# STATISTICS

## CANADA CONSUMPTION ESTIMATES

24

### CANADA CONSUMPTION ESTIMATE

WEEK 1984	GRADE A GRADINGS (C.D.A.)	5-WEEK MOVING AVG.	IMPORTS (C.D.A.)	BREAKER	SURPLUS EXPORTS	TRADE EXPORTS	TABLE DISAPPEAR	CUMULATIVE WEEK-AVG.	5-WEEK MOVING AVG.
(Boxes of 15 Dozen)									
1	512,656	102,531	0	29,316	83,480	0	399,860	399,860	79,972
2	522,000	206,931	0	32,932	65,602	720	422,746	411,303	164,521
3	531,136	313,158	0	29,725	30,997	7,720	462,694	428,433	257,060
4	521,112	417,381	0	25,387	34,170	5,160	456,395	435,424	348,339
5	511,865	519,754	0	37,861	27,275	4,715	442,014	436,742	436,742
6	512,396	519,702	0	58,809	23,417	0	430,170	435,647	442,804
7	507,990	516,900	0	44,061	55,334	0	408,595	431,782	439,974
8	518,109	514,294	0	44,676	67,471	0	405,962	428,555	428,627
9	509,470	511,966	1,995	26,000	65,273	0	420,192	427,625	421,387
10	510,034	511,600	3,000	38,993	41,305	0	432,736	428,136	419,531
11	506,709	510,462	0	31,979	33,116	0	441,614	429,362	421,820
12	494,697	507,804	6,000	42,849	20,560	0	437,288	430,022	427,558
13	491,726	502,527	16,874	47,078	15,705	0	445,817	431,237	435,529
14	493,763	499,386	14,350	42,818	1,258	0	464,037	433,580	444,298
15	483,024	493,984	1,500	22,758	0	0	461,766	435,459	450,104
16	488,140	490,270	0	23,560	0	0	464,580	437,279	454,698
17	467,516	484,834	0	45,789	1,500	0	420,227	436,276	451,285
18	491,983	484,885	3,050	41,750	21,094	0	432,189	436,049	448,560
19	488,418	483,816	1,500	32,086	29,021	0	428,811	435,668	441,515
20	489,642	485,140	2,448	50,580	11,718	0	429,792	435,374	435,120
21	491,198	485,751	525	40,964	26,510	0	424,249	434,844	427,054
22	492,181	490,684	3,000	51,557	29,481	0	414,143	433,904	425,837
23	501,348	492,557	1,500	60,317	23,672	0	418,859	433,249	423,171
24	501,569	495,188	0	50,593	34,669	0	416,307	432,543	420,670
25	502,831	497,825	3,525	37,084	50,397	0	418,875	431,997	418,487
26	500,233	499,632	1,500	45,213	46,870	0	409,650	431,137	415,567
27	497,293	500,655	0	37,316	29,368	0	430,609	431,118	418,860
28	492,928	498,971	3,375	53,671	9,661	0	432,971	431,184	421,682
29	496,766	498,010	1,500	72,008	0	0	426,258	431,014	423,673
30	492,091	495,862	0	71,387	0	0	420,704	430,670	424,038
31	496,857	495,187	4,475	49,845	18,312	0	433,175	430,751	428,743
32	487,876	493,304	2,939	44,314	12,336	0	434,165	430,858	429,455
33	491,417	493,001	5,200	39,218	13,382	0	444,017	431,257	431,664
34	489,728	491,594	0	49,244	12,891	0	427,593	431,149	431,931
35	481,120	489,400	3,000	52,516	179	0	431,425	431,157	434,075
36	480,582	486,145	3,000	31,273	0	0	452,309	431,744	437,902
37	483,818	485,333	13,425	26,860	0	0	470,383	432,789	445,145
38	483,595	483,769	0	46,795	0	0	436,800	432,894	443,702
39	473,768	480,577	7,500	47,050	0	0	434,218	432,928	445,027
40	476,259	479,604	12,525	45,483	0	0	443,301	433,187	447,402
41	477,105	478,909	4,000	30,777	0	0	450,328	433,605	447,006
42	471,978	476,541	11,939	36,211	0	0	447,706	433,941	442,471
43	477,277	475,277	11,300	60,520	0	0	428,057	433,804	440,722
44	484,540	477,432	7,416	65,868	0	0	426,088	433,629	439,096
45	485,778	479,336	11,850	53,794	0	0	443,834	433,056	439,203
46	486,111	481,137	18,497	45,255	0	0	459,353	434,410	441,008
47	494,359	485,613	4,980	31,180	0	0	468,159	435,128	445,098
48	490,677	488,293	17,998	33,576	0	0	475,099	435,961	454,507
49	489,037	489,192	52,668	41,291	0	0	500,414	437,276	469,372
50	498,883	491,813	26,628	35,521	0	0	489,990	438,330	478,603
51	502,275	495,046	30,167	25,456	0	0	506,986	439,677	488,130
52	495,196	495,214	15,500	41,974	795	0	467,927	440,220	488,083
-84	25,719,060	24,724,178	330,649	2,203,138	936,819	18,315	22,891,437	22,474,025	21,916,825

Source: CEMA



# STATISTICS

## ALLOCATIONS AND INVENTORIES SUMMARY

MONTH	BRITISH COLUMBIA			ALBERTA			SASKATCHEWAN			MANITOBA			ONTARIO			QUEBEC		
	ALLOC.	INVENT.	%	ALLOC.	INVENT.	%	ALLOC.	INVENT.	%	ALLOC.	INVENT.	%	ALLOC.	INVENT.	%	ALLOC.	INVENT.	%
January	2,434,712	2,362,138	97.02	1,503,600	1,441,606	95.88	701,116	658,536	93.93	2,324,778	2,248,317	96.71	7,448,593	7,258,645	97.45	3,228,549	3,090,480	95.72
February		2,336,505	95.97		1,444,960	96.10		674,789	96.24		2,218,423	95.43		7,164,297	96.18		3,094,029	95.83
March		2,312,252	94.97		1,420,751	94.97		677,567	96.64		2,174,941	93.55		7,030,122	94.38		3,037,139	94.07
April		2,333,139	95.83		1,445,005	96.10		661,673	94.37		2,235,255	96.15		7,050,479	94.66		2,988,182	92.55
May		2,346,174	96.36		1,417,143	94.25		635,781	90.68		2,220,802	95.87		7,063,850	94.83		3,071,477	95.13
June		2,330,236	95.71		1,398,732	93.03		640,979	91.42		2,216,214	95.33		7,118,136	95.56		3,077,584	95.32
July		2,332,650	95.81		1,415,258	95.81		656,587	93.65		2,148,303	92.41		7,053,926	94.70		3,108,282	96.27
August		2,320,781	95.32		1,418,520	94.34		666,236	95.03		2,194,994	94.42		7,044,594	94.58		3,034,834	94.00
September		2,289,329	94.03		1,434,995	95.44		604,465	93.13		2,168,297	93.27		7,117,461	95.55		3,007,773	93.16
October		2,317,090	95.17		1,419,110	94.38		652,660	93.09		2,173,139	93.48		7,080,538	95.06		3,069,243	95.07
November		2,342,534	96.20		1,445,534	96.20		663,455	94.63		2,233,549	96.08		7,175,152	96.33		3,006,578	93.12
December		2,324,214	95.46		1,445,176	96.11		670,512	95.63		2,256,627	97.07		7,137,331	95.82		3,011,785	93.29
AVERAGE	2,328,920	95.65		1,428,899	95.03		655,270	93.46		2,207,405	94.95		7,107,878	95.42		3,049,782	94.46	

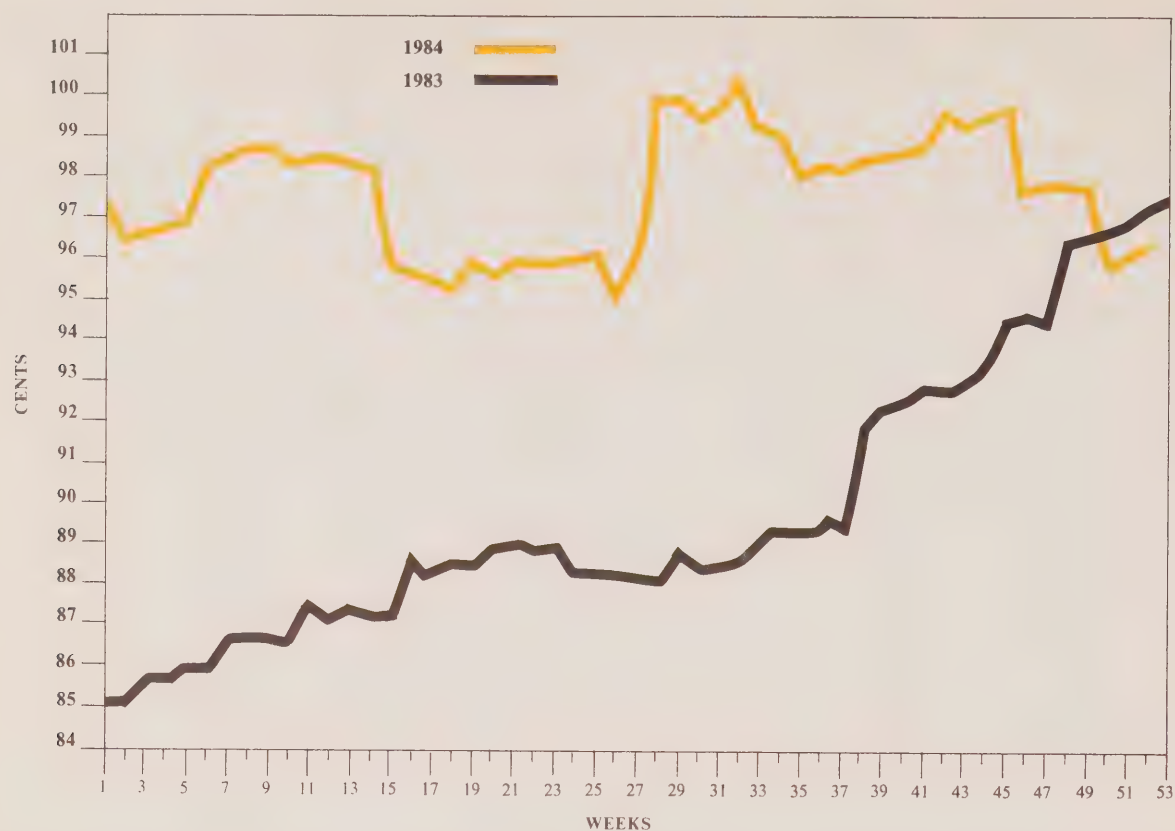
MONTH	NEW BRUNSWICK			NOVA SCOTIA			PRINCE EDWARD ISLAND			NEWFOUNDLAND			INVENT. TOTALS		INVENT. TOTALS		
	ALLOC.	INVENT.	%	ALLOC.	INVENT.	%	ALLOC.	INVENT.	%	ALLOC.	INVENT.	%	1984		1983		
January	417,779	400,237	95.80	852,606	810,850	95.10	142,767	135,363	94.81	441,799	394,993	89.41	18,801,165	96.43%	19,394,717	94.50%	
February		384,292	91.98		819,970	96.17		135,934	95.21		395,477	89.52	18,668,676	95.75%	19,298,576	94.03%	
March		399,272	95.57		784,199	91.98		115,162	80.66		393,065	88.97	18,344,470	94.09%	19,251,609	93.80%	
April		407,437	97.52		754,390	88.48		125,472	87.89		386,155	87.41	18,387,187	87.41%	19,429,460	94.67%	
May		387,487	92.75		766,833	89.94		125,994	88.25		382,707	86.62	18,426,248	94.51%	19,390,840	94.48%	
June		383,987	91.91		762,600	89.44		126,701	88.75		375,327	84.95	18,430,496	94.53%	19,336,326	94.22%	
July		387,473	92.75		810,870	95.10		129,253	90.53		386,419	87.46	18,429,021	94.53%	19,261,431	93.85%	
August		404,195	96.75		815,514	95.65		125,517	87.92		391,387	88.59	18,416,572	94.46%	19,373,465	94.40%	
September		399,914	95.72		806,316	94.57		133,772	93.70		372,683	84.36	18,335,005	94.04%	19,346,211	94.26%	
October		417,137	98.65		657,652	77.13		126,870	88.87		394,246	88.87	18,302,635	93.88%	19,372,356	94.39%	
November		412,793	98.81		817,517	95.88		131,506	92.11		402,022	91.00	18,630,180	95.56%	19,354,516	94.30%	
December		408,549	97.79		835,419	97.98		137,987	96.65		399,306	90.38	18,626,906	95.54%	19,408,042	94.56%	
AVERAGE	399,398	95.60		786,844	92.28		129,127	90.44		389,482	88.15		18,483,213	94.80%	19,351,462	94.29%	

\* Allocation refers to total quota issuance allowed under Federal/Provincial Agreement.  
\*\* Inventory refers to the number of layers in provincial flocks as reported by Provincial Board and verified by CEMA Hen Inventory Audits.

# STATISTICS

## WEIGHTED AVERAGE PRODUCER PRICE

26



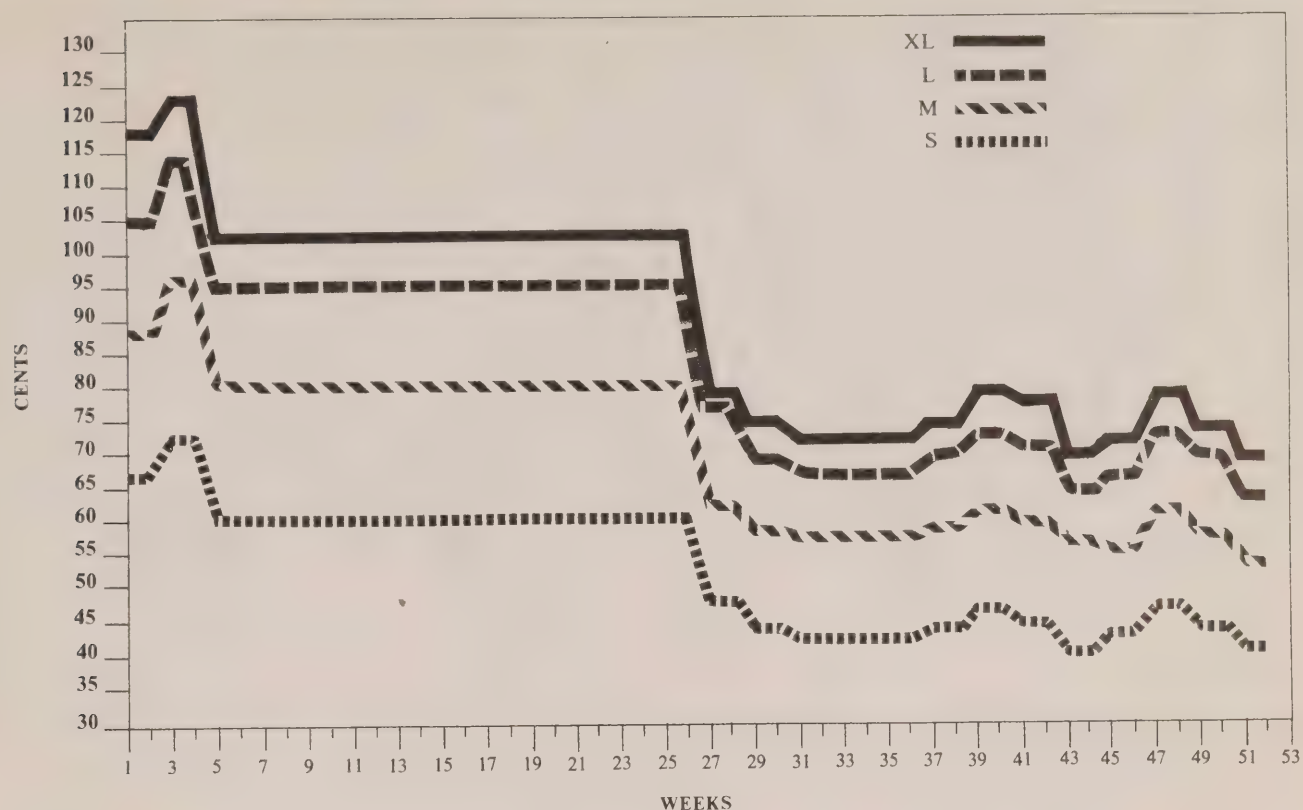
WEIGHTED AVERAGE PRODUCER PRICE — ALL GRADES  
— CENTS PER DOZEN

WEEK	1984 PRICE	1983 PRICE	WEEK	1984 PRICE	1983 PRICE
1	97.2	85.1	28	99.8	88.1
2	96.4	85.1	29	99.8	88.8
3	96.6	85.7	30	99.5	88.4
4	96.8	85.7	31	99.6	88.4
5	96.9	85.9	32	100.4	88.5
6	98.2	85.9	33	99.2	89.1
7	98.5	86.7	34	99.0	89.3
8	98.6	86.7	35	98.0	89.3
9	98.6	86.6	36	98.2	89.4
10	98.3	86.6	37	98.1	89.3
11	98.4	87.4	38	98.3	91.8
12	98.4	87.1	39	98.3	92.3
13	98.3	87.2	40	98.5	92.5
14	98.0	87.1	41	98.5	92.9
15	95.8	87.1	42	99.6	92.8
16	95.7	88.6	43	99.4	92.9
17	95.4	88.3	44	99.5	93.3
18	95.1	88.4	45	99.6	94.3
19	95.9	88.4	46	97.7	94.6
20	95.6	88.8	47	97.8	94.5
21	95.9	88.9	48	97.8	96.3
22	95.9	88.7	49	97.8	96.4
23	95.9	88.9	50	95.9	96.7
24	96.0	88.3	51	96.0	96.9
25	96.0	88.2	52	96.3	97.2
26	95.1	88.2	53	—	97.3
27	96.0	88.1			

# STATISTICS

## PROCESSOR PRICES

27



ONTARIO PROCESSOR PRICES IN CENTS PER DOZEN

1984 WEEK	XL	L	M	S
1	113	105	88	66.5
2	113	105	88	66.5
3	123	114	96	72
4	123	114	96	72
5	102.5	95	80	60
6	102.5	95	80	60
7	102.5	95	80	60
8	102.5	95	80	60
9	102.5	95	80	60
10	102.5	95	80	60
11	102.5	95	80	60
12	102.5	95	80	60
13	102.5	95	80	60
14	102.5	95	80	60
15	102.5	95	80	60
16	102.5	95	80	60
17	102.5	95	80	60
18	102.5	95	80	60
19	102.5	95	80	60
20	102.5	95	80	60
21	102.5	95	80	60
22	102.5	95	80	60
23	102.5	95	80	60
24	102.5	95	80	60
25	102.5	95	80	60
26	102.5	95	80	60

1984 WEEK	XL	L	M	S
27	79.5	74	62	47
28	79.5	74	62	47
29	74.5	69	58	43.5
30	74.5	69	58	43.5
31	72	67	56.5	42.5
32	72	67	56.5	42.5
33	72	67	56.5	42.5
34	72	67	56.5	42.5
35	72	67	56.5	42.5
36	72	67	56.5	42.5
37	74.5	69	58	43.5
38	74.5	69	58	43.5
39	78.5	73	61.5	46
40	78.5	73	61.5	46
41	75.5	70	59	44.5
42	75.5	70	59	44.5
43	69	64	54	40.5
44	69	64	54	40.5
45	71	66	55.5	42
46	71	66	55.5	42
47	78.5	73	61.5	46
48	78.5	73	61.5	46
49	73	68	57	43
50	73	68	57	43
51	68	63	53	40
52	68	63	53	40

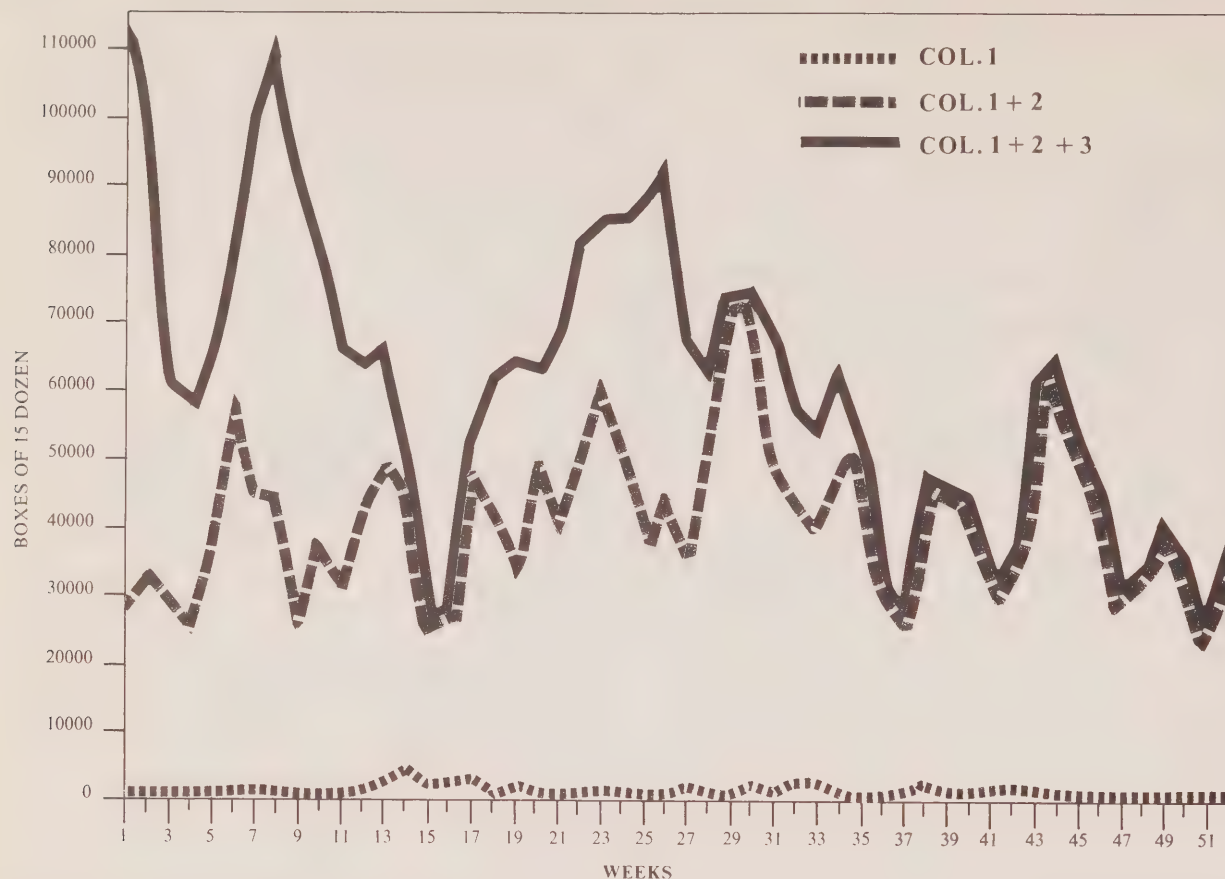
Source: CEMA



# STATISTICS

## MARKET DISTRIBUTION

28



### MARKET DISTRIBUTION — 1984

BOXES of 15 DOZ.

WEEK	1 TO INTERPROV. TABLE MARKET	2 TO PROCESSORS	3 TO EXPORTS	TOTAL	WEEK	1 TO INTERPROV. TABLE MARKET	2 TO PROCESSORS	3 TO EXPORTS	TOTAL
1	0	29,316	83,480	112,796	29	0	72,008	0	72,008
2	0	32,932	65,602	98,534	30	1,100	71,387	0	72,487
3	0	29,725	30,997	60,722	31	100	49,845	18,312	68,257
4	0	25,387	34,170	59,557	32	1,500	44,314	12,336	58,150
5	0	37,861	27,275	65,136	33	1,500	39,218	13,382	54,100
6	0	58,809	23,417	82,226	34	900	49,244	12,891	63,035
7	1,144	44,061	55,334	100,539	35	0	52,516	179	52,695
8	0	44,676	67,471	112,147	36	598	31,273	0	31,871
9	0	26,000	65,273	91,273	37	70	26,860	0	26,930
10	0	38,993	41,305	80,298	38	2,999	46,795	0	49,794
11	0	31,979	33,116	65,095	39	462	47,050	0	47,512
12	863	42,849	20,560	64,272	40	788	45,483	0	46,271
13	2,225	47,078	15,705	65,008	41	1,500	30,777	0	32,277
14	5,297	42,818	1,258	49,373	42	1,500	36,211	0	37,711
15	2,965	22,758	0	25,723	43	582	60,520	0	61,102
16	3,100	23,560	0	26,660	44	0	65,868	0	65,868
17	4,000	45,789	1,500	51,289	45	0	53,794	0	53,794
18	0	41,750	21,094	62,844	46	0	45,255	0	45,255
19	2,000	32,086	29,021	63,107	47	0	31,180	0	31,180
20	0	50,580	11,718	62,298	48	0	33,576	0	33,576
21	0	40,964	26,510	67,474	49	0	41,281	0	41,281
22	0	51,557	29,481	81,038	50	0	35,164	0	35,164
23	1,500	60,317	23,672	85,489	51	0	25,456	0	25,456
24	0	50,593	34,669	85,262	52	0	37,469	0	37,469
25	0	37,084	50,397	87,481					
26	0	45,213	46,870	92,083					
27	1,500	37,316	29,368	68,184					
28	600	53,671	9,661	63,932					
TOTAL					38,693	2,198,266	936,024	3,172,983	

Source: CEMA

# STATISTICS

## DECLARED SURPLUS

29

### DECLARED SURPLUS BY SIZE AND PROVINCE — 1984

BOXES of 15 DOZ.

PROVINCE	EXTRA LARGE	LARGE	MEDIUM	SMALL	TOTAL
B.C.	60,782	76,848	41,073	13,716	192,419
ALTA.	45,519	53,489	52,286	44,713	196,007
SASK.	27,446	22,390	14,261	22,249	86,346
MAN.	162,697	641,394	256,874	87,532	1,148,497
ONT.	252,259	345,309	259,570	47,505	904,643
QUE.	58,903	250,595	25,525	61,294	396,317
N.B.	741	7,083	2,070	12,025	21,919
N.S.	19,821	59,136	16,046	24,086	119,089
P.E.I.	10,887	15,319	10,037	5,233	41,476
NFLD.	2,720	27,669	28,381	7,500	66,270
TOTAL	641,775	1,499,232	706,123	325,853	3,172,983

Source: CEMA

### DECLARED SURPLUS AND IMPORTS — 1984

WEEK	SURPLUS TO TABLE MARKET	IMPORTS	WEEK	SURPLUS TO TABLE MARKET	IMPORTS
1	112,796	0	29	72,008	1,500
2	98,534	0	30	72,487	0
3	60,722	0	31	68,257	4,475
4	59,557	0	32	58,150	2,939
5	65,136	0	33	54,100	5,200
6	82,226	0	34	63,035	0
7	100,539	0	35	52,695	3,000
8	112,147	0	36	31,871	3,000
9	91,273	1,995	37	26,930	13,425
10	80,298	3,000	38	49,794	0
11	65,095	0	39	47,512	7,500
12	64,272	6,000	40	46,271	12,525
13	65,008	16,874	41	32,277	4,000
14	49,373	14,350	42	37,711	11,939
15	25,723	1,500	43	61,102	11,300
16	26,660	0	44	65,868	7,416
17	51,289	0	45	53,794	11,850
18	62,844	3,050	46	45,255	18,497
19	63,107	1,500	47	31,180	4,980
20	62,298	2,448	48	33,576	17,998
21	67,474	525	49	41,281	52,668
22	81,038	3,000	50	35,164	26,628
23	85,489	1,500	51	25,456	30,167
24	85,262	0	52	37,469	12,350
25	87,481	3,525			
26	92,083	1,500			
27	68,184	0	TOTAL	3,172,983	327,499
28	63,932	3,375			

Source: CEMA

# STATISTICS

## ESTIMATED INTERPROVINCIAL MOVEMENT

30

ESTIMATED INTERPROVINCIAL MOVEMENT OF TABLE EGGS

### (COMPOSITE REPORT)

BUYERS ► SELLERS ▼	B.C.	ALTA.	SASK.	MAN.	ONT.	QUE.	N.B.	N.S.	P.E.I.	NFLD.	N.W.T.	EXPORT	TOTAL SALES 1984
B.C.													.....
ALTA.	56,641		5,036								53,118		114,795
SASK.		112,921		11	152,808								265,740
MAN.	107,411	632,624	98,395			1,556					1,766		841,752
ONT.						1,447,065	4,500			663			1,482,228
QUE.					135,838		13,097						148,935
N.B.													.....
N.S.					673	462	66,750			4,558			72,443
P.E.I.							1,681	463		520			2,664
NFLD.							450	1,050					1,500
N.W.T.													.....
TOTAL PURCHASES 1984	164,052	745,545	103,431	11	289,319	1,479,083	86,478	1,513	.....	5,741	54,884	.....	2,930,057

Data in boxes of 15 doz.

The above excludes CEMA table export movement

The above includes eggs removed under the CEMA Surplus Removal Program

Source: CEMA



## REGISTERED EGG PRODUCERS BY PROVINCE

	1984	1983	1982	1981	1980	1979	1978	1977	1976
<b>B.C.</b>	173	177	181	183	190	192	198	218	233
<b>Alta.</b>	250	254	256	266	273	287	293	326	457
<b>Sask.</b>	94	100	104	104	111	104	116	123	135
<b>Man.</b>	244	246	246	248	249	255	245	265	280
<b>Ont.</b>	805	812	819	821	890	926	938	1004	1044
<b>Que.</b>	207	247	247	300	313	313	311	355	392
<b>N.B.</b>	26	27	27	28	29	33	40	39	43
<b>N.S.</b>	46	52	52	52	52	53	55	63	65
<b>P.E.I.</b>	31	33	33	35	36	40	42	48	58
<b>Nfld.</b>	36	37	37	37	38	38	38	38	37
<b>Total</b>	<b>1912</b>	<b>1985</b>	<b>2002</b>	<b>2074</b>	<b>2181</b>	<b>2241</b>	<b>2276</b>	<b>2479</b>	<b>2744</b>

Source: CEMA

## AVERAGE LAYERS PER PRODUCER

	1984	1983	1982	1981	1980	1979	1978	1977	1976
<b>B.C.</b>	14073	14470	14150	13995	14114	12701	12631	10863	10084
<b>Alta.</b>	6014	6201	6153	5921	6088	5081	5308	4217	2831
<b>Sask.</b>	7459	7342	7059	7059	7043	6004	6047	4425	3464
<b>Man.</b>	9528	9836	9836	9756	10176	8598	9593	7991	7459
<b>Ont.</b>	9253	9812	9728	9704	9380	8016	8271	7007	6578
<b>Que.</b>	15597	13691	13691	11272	11333	9698	10634	8552	8125
<b>N.B.</b>	16062	15527	15527	17972	14456	11770	10414	9933	8926
<b>N.S.</b>	18491	16868	16868	16868	17658	15201	15701	12463	11804
<b>P.E.I.</b>	4605	4355	4355	4107	3992	3188	3445	2243	1636
<b>Nfld.</b>	12272	11976	11976	11976	11661	10007	11674	9960	9763
<b>Nat'l Avg.</b>	<b>9871</b>	<b>10339</b>	<b>10251</b>	<b>9895</b>	<b>9849</b>	<b>8422</b>	<b>8806</b>	<b>7313</b>	<b>6547</b>

Source: CEMA

*Touche Ross & Co.*

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

REPORT AND FINANCIAL STATEMENTS

DECEMBER 29, 1984

*Touche Ross & Co.*

*Chartered Accountants*

AUDITORS' REPORT

The Directors  
Canadian Egg Marketing Agency

We have examined the balance sheets of the Administration Account, Domestic Account and Export Account of the Canadian Egg Marketing Agency as at December 29, 1984 and the statements of operations and balance of fund of the Administration Account, Domestic Account and Export Account for the fifty-two week period then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances, except as outlined in the following paragraph.

Due to the structure of the egg producers' levy and service fees, our verification of levy and service fees was limited to an examination of amounts recorded in the accounts.

In our opinion, except for the effects of any adjustments which might have been required had we been able to verify levy and service fees beyond those recorded in the accounts, these financial statements present fairly the financial position of the Canadian Egg Marketing Agency as at December 29, 1984 and the results of its operations for the fifty-two week period then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied on a basis consistent with that of the preceding period.

Ottawa, Ontario  
February 25, 1985

*Touche Ross & Co.*

Chartered Accountants



*Touche Ross & Co.*

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY  
BALANCE SHEET AS AT DECEMBER 29, 1984  
ADMINISTRATION ACCOUNT

	<u>1984</u>	<u>1983</u>
<u>ASSETS</u>		
Current		
Cash	\$ 43,816	\$2,219,403
Accounts receivable		
Levy and service fees - net of allowances for		
uncollectable amounts of \$716,000;		
(1983 - \$668,000)	487,180	552,577
Other	166,687	146,905
Due from Domestic Account	1,256,134	-
Due from Export Account	<u>1,405,837</u>	<u>-</u>
	<u>3,359,654</u>	<u>2,918,885</u>
Fixed		
Computer, equipment and leasehold		
improvements	918,992	738,851
Accumulated depreciation and		
amortization	<u>(445,659)</u>	<u>(318,062)</u>
	<u>473,333</u>	<u>420,789</u>
	<u>\$3,832,987</u>	<u>\$3,339,674</u>

LIABILITIES AND BALANCE OF FUND

Current		
Accounts payable and accrued		
liabilities	\$1,041,052	\$ 249,372
Balance of fund	<u>2,791,935</u>	<u>3,090,302</u>
	<u>\$3,832,987</u>	<u>\$3,339,674</u>

On behalf of the Agency:

*Donald M. Newcombe*..... Director

*Floyd W. Slyke*..... Director

*Touche Ross & Co.*

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY  
BALANCE SHEET AS AT DECEMBER 29, 1984

DOMESTIC ACCOUNT

	<u>1984</u>	<u>1983</u>
<u>ASSETS</u>		
Current		
Accounts receivable		
Levy and service fees - net of allowances for		
uncollectable amounts of \$1,658,000;		
(1983 - \$1,820,000)	\$1,457,222	\$1,290,376
Egg sales	974,651	1,301,628
Other	298,051	282,474
Due from Export Account	-	220,075
Inventory		
Shell eggs	299,457	959,870
	<u>\$3,029,381</u>	<u>\$4,054,423</u>

LIABILITIES AND BALANCE OF FUND

Current		
Bank indebtedness	\$ 96,817	\$ 160,963
Bank loan (Note 3)	-	650,000
Accounts payable and accrued		
liabilities	1,737,029	2,573,210
Due to Administration Account	1,256,134	-
	<u>3,089,980</u>	<u>3,384,173</u>
Balance of fund	(60,599)	670,250
	<u>\$3,029,381</u>	<u>\$4,054,423</u>

On behalf of the Agency:

*Donald M. Newcombe*..... Director

*Donald W. H. Hylle*..... Director

*Touche Ross & Co.*

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY  
BALANCE SHEET AS AT DECEMBER 29, 1984

EXPORT ACCOUNT

	<u>1984</u>	<u>1983</u>
<u>ASSETS</u>		
Current		
Cash	\$ 110,570	\$ -
Accounts receivable		
Levy and service fees - net of allowances for		
uncollectable amounts of \$465,000;		
(1983 - \$400,000)	1,107,101	1,122,642
Inventory		
Shell eggs	<u>9,283</u>	<u>273,517</u>
	<u>1,226,954</u>	<u>1,396,159</u>
Fixed		
Egg imprinters	57,650	57,650
Accumulated depreciation	<u>(34,590)</u>	<u>(23,060)</u>
	<u>23,060</u>	<u>34,590</u>
	<u>\$1,250,014</u>	<u>\$1,430,749</u>

LIABILITIES AND BALANCE OF FUND

Current		
Bank indebtedness	\$ -	\$ 165,782
Bank loan (Note 3)	800,000	7,050,000
Accounts payable and accrued		
liabilities	287,618	502,555
Due to Administration Account	1,405,837	-
Due to Domestic Account	<u>-</u>	<u>220,075</u>
	<u>2,493,455</u>	<u>7,938,412</u>
Balance of fund	<u>(1,243,441)</u>	<u>(6,507,663)</u>
	<u>\$1,250,014</u>	<u>\$1,430,749</u>

On behalf of the Agency:

*Ronald H. Newcombe*..... Director

*Floyd H. Hylke*..... Director



*Touche Ross & Co.*

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

STATEMENT OF OPERATIONS AND BALANCE OF FUND  
FOR THE FIFTY-TWO WEEK PERIOD ENDED DECEMBER 29, 1984

ADMINISTRATION ACCOUNT

	December 29 1984 (52 weeks)	December 31 1983 (53 weeks)
Revenue		
Levy and service fees	\$6,274,126	\$6,639,051
Interest	266,183	109,028
Other revenues	9,172	22,175
	<u>6,549,481</u>	<u>6,770,254</u>
Expense		
Promotion	1,538,916	698,441
Advertising	1,410,916	1,599,463
Salaries	1,404,226	1,228,521
Professional fees and consulting	613,738	371,719
Meetings and travel	575,411	536,766
Office	303,884	231,059
Research	268,577	173,120
Depreciation and amortization	152,960	135,326
Telephone and telex	149,514	132,704
Rent	113,795	108,363
Communications	114,090	116,425
Per diems	100,820	106,046
Uncollectable levy and service fees (recovered)	27,952	(11,333)
Postage	33,524	38,066
Translation	30,125	36,574
Equipment rentals	9,400	35,104
	<u>6,847,848</u>	<u>5,536,364</u>
Excess of (expense over revenue) revenue over expense	(298,367)	1,233,890
Balance of fund, beginning of period	<u>3,090,302</u>	<u>1,856,412</u>
Balance of fund, end of period	<u><u>\$2,791,935</u></u>	<u><u>\$3,090,302</u></u>

*Touche Ross & Co.*

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

STATEMENT OF OPERATIONS AND BALANCE OF FUND  
FOR THE FIFTY-TWO WEEK PERIOD ENDED DECEMBER 29, 1984

DOMESTIC ACCOUNT

	December 29 1984 (52 weeks)	December 31 1983 (53 weeks)
Revenue		
Levy and service fees	\$11,693,682	\$ 9,405,528
Egg sales	25,747,805	18,044,708
Interest and other revenues	<u>278,273</u>	<u>69,504</u>
	<u>37,719,760</u>	<u>27,519,740</u>
Expense		
Trading operations		
Egg purchases	36,750,864	27,992,545
Dyeing and storage	988,180	595,186
Transportation and handling	795,570	726,749
Interest	44,758	44,181
Insurance and other	5,100	8,843
Bad debts	712	31,887
Inter-account transfer (Note 4)	136,181	774,313
Uncollectable levy and service fees (recovered)	<u>(270,756)</u>	<u>(145,662)</u>
	<u>38,450,609</u>	<u>30,028,042</u>
Excess of expense over revenue	(730,849)	(2,508,302)
Balance of fund, beginning of period	<u>670,250</u>	<u>3,178,552</u>
Balance of fund, end of period	<u>\$ (60,599)</u>	<u>\$ 670,250</u>

*Touche Ross & Co.*

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY  
STATEMENT OF OPERATIONS AND BALANCE OF FUND  
FOR THE FIFTY-TWO WEEK PERIOD ENDED DECEMBER 29, 1984

EXPORT ACCOUNT

	December 29 1984 (52 weeks)	December 31 1983 (53 weeks)
Revenue		
Levy and service fees	\$12,567,679	\$ 9,536,387
Egg sales	9,850,676	9,880,560
Inter-account transfer (Note 4)	136,181	774,313
Other	42,712	41,015
Provincial inventory penalties (Note 5)	14,656	7,387
	<u>22,611,904</u>	<u>20,239,662</u>
Expense		
Trading operations		
Egg purchases	15,383,078	23,340,166
Interest	667,059	582,609
Dyeing and storage	425,538	469,235
Transportation and handling	357,199	377,992
Brokerage, customs and excise	323,546	235,978
Depreciation	11,530	11,530
Materials	3,339	31,867
Other	1,647	81,134
Uncollectable levy and service fees	54,386	41,421
Donation of eggs to underdeveloped countries	120,360	93,960
	<u>17,347,682</u>	<u>25,265,892</u>
Excess of revenue over expense (expense over revenue)	5,264,222	(5,026,230)
Balance of fund, beginning of period	<u>(6,507,663)</u>	<u>(1,481,433)</u>
Balance of fund, end of period	<u><u>\$(1,243,441)</u></u>	<u><u>\$(6,507,663)</u></u>



*Touche Ross & Co.*

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS

DECEMBER 29, 1984

---

1. Activities of the Agency

a) Formation of the Agency

The Canadian Egg Marketing Agency was established in 1972 by the Governor in Council upon the recommendation of the National Farm Products Marketing Council to the federal and provincial Ministers of Agriculture to ensure the orderly marketing of eggs in Canada. The majority of information recorded by the Agency is provided by the accounting and reporting systems of the provincial egg marketing boards, who appoint their own independent auditors.

b) Levy and service fees

The provincial egg marketing boards have agreed to act as agents of the Agency for the collection, control and remittance of the levy imposed by the Agency. Further amounts are paid to the Agency by the provincial boards to finance the national product removal system pursuant to the supplementary federal-provincial agreement and in the case of Quebec and Alberta, through service fees payable pursuant to a commercial contract.

c) Removal activities

The Agency purchases, at specified buy-back prices, all eggs that meet Agency specifications that have been declared by the provincial boards as excess to their table market requirements.

2. Significant accounting policies

a) Basis of accounting

Three funds have been established. The product removal levy and service fees are allocated to the Domestic Account and Export Account. All transactions involving the buying and selling of declared eggs are recorded in the Domestic Account for domestic sales of product excess to the table market and the Export Account for export sales of product excess to the domestic requirement. The administration levy and service fees and all administration expenses are recorded in the Administration Account.

b) Inventory

Inventory of shell eggs is valued at the lower of cost and net realizable value. Shell eggs consist of eggs declared to the Agency but unsold at the end of the period. All shell eggs were sold subsequent to the end of the period.

Canadian Egg Marketing Agency  
Notes to financial statements  
December 29, 1984

---

2. Significant accounting policies - continued

c) Fixed assets

Fixed assets are recorded at cost. Depreciation and amortization are calculated using the straight-line method in order to write off the cost of fixed assets over their anticipated useful lives as follows:

Office equipment	10 years
Computer	5 years
Egg imprinters	5 years
Leasehold improvements	over term of lease

3. Bank loans

The bank loans are secured by a general assignment of book debts.

4. Inter-account transfers

At December 31, 1984, the Agency had not received all the documentation needed to substantiate that a portion of the sales reflected in the Export Account were in fact export sales. Should it be established that these were sales for the domestic market, the net cost of these sales transactions will be charged to the Domestic Account. At December 31, 1984, the maximum contingent liability of the Domestic Account to the Export Account related to these sales amounted to approximately \$790,000.

During the period, the Agency established that a portion of the sales previously reflected in the Export Account were sales for the domestic market. The net cost of these sales amounted to \$136,181 (1983 - \$774,313) which was transferred to the Domestic Account from the Export Account.

5. Provincial inventory penalties

Under the provisions of the Commodity Boards' Federal - Provincial Agreement the Agency has the right to assess penalties against provinces that surpass allocated quotas established by the National Farm Producers Marketing Council.

Penalties are recorded on a cash basis. In 1984, a penalty payment of \$14,656 was received from Quebec relating to an assessment made in a prior period. In 1983, a penalty payment of \$7,387 was received from British Columbia.

*Touche Ross & Co.*

-3-

Canadian Egg Marketing Agency  
Notes to financial statements  
December 29, 1984

6. Reclassification of prior year's figures

Certain of the prior year's figures have been reclassified to conform with the current year's presentation.

7. Financial statement approval

These financial statements were approved by the Audit Committee of the Agency on February 28, 1985.



Office canadien de commercialisation des oeufs  
Notes complémentaires  
29 décembre 1984

5. Pénalités provinciales sur inventaire

Conformément aux dispositions de l'entente fédérale provinciale sur les Offices de commercialisation, l'agence a le droit d'imposer des pénalités aux provinces qui dépassent les quotas alloués établis par le Conseil national de commercialisation des produits de ferme.

Les pénalités sont enregistrées selon la méthode de caisse. Un paiement de 14 656 \$ pour pénalités a été versé par la province de Québec en 1984 relativement à une évaluation effectuée au cours d'un exercice précédent. Un paiement de 7 387 \$ pour pénalités a été versé par la Colombie-Britannique en 1983.

6. Reclasseification des chiffres des exercices précédents

La présentation de certains chiffres de l'exercice précédent a été modifiée en fonction de celle de l'exercice courant.

7. Approbation des états financiers

Ces états financiers ont reçu l'approbation du comité de vérification de l'Office le 28 février 1985.

Office canadien de commercialisation des oeufs  
Notes complémentaires  
29 décembre 1984

2. Principales conventions comptables (suite)

b) Stocks

Les stocks d'oeufs en coquille sont inscrits au coût ou à la valeur de réalisation nette. Les oeufs en coquille sont les oeufs déclarés à l'Office mais non vendus à la fin de l'exercice. Tous les oeufs en coquille ont été vendus après la fin de l'exercice.

c) Immobilisations

Les immobilisations sont comptabilisées au coût. Les amortissements sont calculés selon la méthode de l'amortissement linéaire à des taux permettant de radier le coût des immobilisations sur leur durée d'utilisation probable, comme suit:

Matériel de bureau	10 ans
Ordinateur	5 ans
Machines à étamper les oeufs	5 ans
Améliorations locatives	sur la durée du bail

3. Emprunt bancaire

Les emprunts bancaires sont garantis par une cession générale des créances.

4. Virement intercompte

Au 29 décembre 1984, l'Office n'avait pas reçu tous les renseignements nécessaires pour justifier qu'une partie des ventes comprises dans le compte d'exportation étaient en fait des ventes destinées à l'exportation. Si l'on obtenait la preuve que ces ventes étaient destinées au marché national, leur coût net serait imputé au compte national. Au 31 décembre 1984, la dette éventuelle maximale du compte national envers le compte d'exportation en ce qui a trait à ces ventes s'élevait approximativement à 790 000 \$.

Au cours de l'exercice, l'Office a décidé qu'une partie des ventes antérieurement comptabilisées au compte d'exportation ont été vendues sur le marché national. Le coût net de ces ventes est de 136 187 \$ (1983 - 774 313); ce montant a été transféré du compte d'exportation au compte national.

1. Activités de l'Office

a) Formation de l'Office

L'Office canadien de commercialisation des oeufs a été formé en 1972 par le gouverneur en conseil à la suite d'une recommandation du Conseil national de commercialisation des produits de ferme aux ministres fédéral et provinciaux de l'Agriculture, afin d'assurer la commercialisation rationnelle des oeufs au Canada. La majorité des renseignements comptabilisés par l'Office provient des systèmes de comptabilité et d'information des agences provinciales de commercialisation des oeufs qui ont leurs propres vérificateurs indépendants.

b) Prélèvements et frais de service

Les agences provinciales de commercialisation des oeufs ont accepté d'exercer les fonctions d'agents de l'Office aux fins du recouvrement, du contrôle et de la remise des prélèvements imposés par l'Office. Les agences provinciales versent à l'Office des sommes additionnelles pour financer le programme national d'aliénation des produits selon l'entente fédérale-provinciale supplémentaire, et dans le cas du Québec, des frais de service conformément aux modalités d'un contrat commercial.

c) Activités d'aliénation

L'Office achète, à des prix de rachat spécifiques, tous les oeufs que les agences provinciales ne peuvent vendre sur leur marché de "table" et qui répondent aux critères de l'Office.

2. Principales conventions comptables

a) Méthode de comptabilité

Trois fonds ont été créés. Les prélèvements et les frais de service sont répartis entre le compte national et le compte d'exportation. Toutes les opérations comportant l'achat et la vente des oeufs déclarés sont comptabilisées dans le compte national en ce qui a trait aux ventes nationales de produits excédant le marché de "table" et dans le compte d'exportation pour ce qui est des ventes à l'exportation de produits excédant la demande nationale. Les prélèvements, les frais de service ainsi que tous les frais d'administration sont comptabilisés dans le compte d'administration.



OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFs  
 ÉTAT DES RÉSULTATS D'EXPLOITATION ET DU SOLDE DU FONDS  
 DE L'EXERCICE DE 52 SEMAINES TERMINÉ LE 29 DÉCEMBRE 1984

COMPTE D'EXPORTATION

	1984 (52 semaines)	1983 (53 semaines)
Revenus		
Prélèvements et frais de service	12 567 679 \$	9 536 387 \$
Ventes d'oeufs	9 850 676	9 880 560
Virement intercompte (note 4)	136 181	774 313
Autres revenus	42 712	41 015
Pénalités provinciales sur inventaire (note 5)	14 656	7 387
	<u>22 611 904</u>	<u>20 239 662</u>
Dépenses		
Opérations commerciales		
Achats d'oeufs	15 383 078	23 340 166
Intérêts	667 059	582 609
Teinture et entreposage	425 538	469 235
Transport et maintenance	357 199	377 992
Frais de courtage, droits de		
douanes et taxes d'accise	323 546	235 978
Amortissements	11 530	11 530
Matériel	3 339	31 867
Autres dépenses	1 647	81 134
Prélèvements et frais de service	54 386	41 421
Irrecouvrables	120 360	93 960
Don d'oeufs aux pays sous-développés	<u>17 347 682</u>	<u>25 265 892</u>
Excédent des revenus sur les dépenses	5 264 222	(5 026 230)
(des dépenses sur les revenus)	(6 507 663)	(1 481 433)
Solde du fonds au début de l'exercice	<u>(1 243 441) \$</u>	<u>(6 507 663) \$</u>
Solde du fonds à la fin de l'exercice		

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS

ETAT DES RESULTATS D'EXPLOITATION ET DU SOLDE DU FONDS  
DE L'EXERCICE DE 52 SEMAINES TERMINE LE 29 DECEMBRE 1984

COMPTE NATIONAL

	1984	1983
(52 semaines)	(53 semaines)	
Revenus		
Prélèvements et frais de service	11 693 682 \$	9 405 528 \$
Ventes d'oeufs	25 747 805	18 044 708
Intérêts et autres revenus	278 273	69 504
	<u>37 719 760</u>	<u>27 519 740</u>
Dépenses		
Opérations commerciales	36 750 864	27 992 545
Achats d'oeufs	988 180	595 186
Teniture et entreposage	795 570	726 749
Transport et manutention	44 758	44 181
Intérêts	5 100	8 843
Assurances et autres dépenses	712	31 887
Mauvaises créances	136 181	774 313
Virement intercompte (note 4)		
Prélèvements et frais de service		
Irrecouvrables (recouvrés)	(270 756)	(145 662)
	<u>38 450 609</u>	<u>30 028 042</u>
Excédent des dépenses sur les revenus	(730 849)	(2 508 302)
Solde du fonds au début de l'exercice	670 250	3 178 552
Solde du fonds à la fin de l'exercice	(60 599) \$	670 250 \$

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUVES

ETAT DES RESULTATS D'EXPLOITATION ET DU SOLDE DU FONDS  
DE L'EXERCICE DE 52 SEMAINES TERMINE LE 29 DECEMBRE 1984

COMPTE D'ADMINISTRATION

	1984	1983
(52 semaines)		(53 semaines)
Revenus	6 274 126	6 639 051 \$
Prélèvements et frais de service	266 183	109 028
Autres revenus	9 172	22 175
	6 549 481	6 770 254
Frais	1 538 916	698 441
Promotion	1 410 916	1 599 463
Publicité	1 404 226	1 228 521
Salaires	613 738	371 719
Honoraires professionnels et de consultation	575 411	536 766
Réunions et déplacements	303 884	231 059
Frais de bureau	268 577	173 120
Recherche	152 960	135 326
Amortissements	149 514	132 704
Téléphone et téléx	113 795	108 363
Loyer	114 090	116 425
Communications	100 820	106 046
Indemnités quotidiennes de séjour	27 952	(11 333)
Prélèvements et frais de service	33 524	38 066
Irrecouvrables (recouvrés)	30 125	36 574
Affranchissement	9 400	35 104
Traduction	6 847 848	5 536 364
Location de matériel		
Excédent des (dépendes sur les revenus)	(298 367)	1 233 890
revenus sur les dépenses		
Solde du fonds au début de l'exercice	3 090 302	1 856 412
Solde du fonds à la fin de l'exercice	2 791 935 \$	3 090 302 \$



OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS

BILAN AU 29 DÉCEMBRE 1984

COMPTE D'EXPORTATION

ACTIF		
	1984	1983
<hr/>		
A court terme		
Encaisse		
Débiteurs		
Prélèvements et frais de service, moins la provision pour les sommes irrécouvrables		
de 465 000 \$ (1983 - 400 000\$)		
Stocks		
Oeufs en coquille		
Immobilisations		
Machines à étamer les oeufs		
Amortissements cumulés		
<hr/>		
PASSIF ET SOLDE DU FONDS		
<hr/>		
A court terme		
Découvert bancaire		
Emprunt bancaire (note 3)		
Créditeurs et frais courus		
Somme à verser au compte d'administration		
Somme à verser au compte national		
<hr/>		
Solde du fonds		

Approuvé au nom de l'Office:

*Donald McIsaac*..... administrateur

*John A. McIsaac*..... administrateur

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS

BILAN AU 29 DÉCEMBRE 1984

COMPTE NATIONAL

ACTIF

1984 1983

À court terme

Débiteurs

Prélèvements et frais de service, moins la

provision pour les sommes irrécouvrables de

1 658 000 \$ (1983 - 1 820 000 \$)

Ventes d'œufs

Autres débiteurs

Somme à recevoir du compte d'exportation

Stocks

Oeufs en coquille

299 457

959 870

\$ 3 029 381

\$ 4 054 423

Solde du fonds

(60 599)

670 250

\$ 3 029 381

\$ 4 054 423

À court terme

Découvert bancaire

Emprunt bancaire (note 3)

Créditeurs et frais courus

Somme à verser au compte d'administration

1 256 134

-

3 089 980

3 384 173

(60 599)

670 250

administrateur

*Donald Hunscombe*

administrateur

*Frederick W. H. H. H.*

Approuvé au nom de l'Office:

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS

BILAN AU 29 DECEMBRE 1984

COMPTE D'ADMINISTRATION

ACTIF		
1984	1983	
<hr/>		
43 816 \$	2 219 403 \$	À court terme
		Encaisse
		Débiteurs
		Prélèvements et frais de service,
		moins la provision pour les sommes
		irrecouvrables de 716 000 \$
		(1983 - 688 000 \$)
487 180	552 577	Autres débiteurs
166 687	146 905	Somme à recevoir du compte national
1 256 134	-	Somme à recevoir du compte d'exportation
1 405 837	-	
3 359 654	2 918 885	Immobilisations
		Ordinateur, matériel
918 992	738 851	et améliorations locatives
(445 659)	(318 062)	Amortissements cumulés
473 333	420 789	
3 832 987 \$	3 339 674 \$	
<hr/>		
1 041 052 \$	249 372 \$	À court terme
		Créditeurs et frais courus
2 791 935	3 090 302	Solde du fonds
3 832 987 \$	3 339 674 \$	
<hr/>		
PASSIF ET SOLDE DU FONDS		
<hr/>		
Approuvé au nom de l'Office:		
..... administrateur		
..... administrateur		

..... administrateur

..... administrateur



Touche Ross & Cie

RAPPORT DES VÉRIFICATEURS

Les directeurs de  
l'Office canadien de commercialisation des oeufs

Nous avons vérifié les bilans du Compte d'administration, du Compte national et du Compte d'exportation de l'Office canadien de commercialisation des oeufs au 29 décembre 1984 ainsi que l'état des résultats d'exploitation et du solde du Fonds du Compte d'administration, du Compte national et du Compte d'exportation de l'exercice de 52 semaines terminé à cette date. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues, et a comporté par conséquent les sondages et autres procédés que nous avons jugés nécessaires dans les circonstances, à l'exception de ce qui est mentionné dans le paragraphe ci-dessous.

En raison de la structure des prélèvements sur la production d'oeufs et des frais de service, notre vérification des prélèvements et des frais de service s'est limitée à un examen des montants comptabilisés.

À notre avis, à l'exception de l'effet des éventuels redressements que nous aurions pu juger nécessaires si nous avions été en mesure de vérifier les prélèvements et les frais de service au-delà des montants comptabilisés, ces états financiers présentent fidèlement la situation financière de l'Office canadien de commercialisation des oeufs au 29 décembre 1984 ainsi que les résultats de son exploitation pour l'exercice de 52 semaines terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus, appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

*Touche Ross & Cie*

Ottawa (Ontario)  
le 25 février 1985

Comptables agréés

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS

RAPPORT ET ETATS FINANCIERS

29 DÉCEMBRE 1984

*Touche Ross & Cie*

NOMBRE DE PRODUCTEURS  
ENREGISTRÉS DANS CHAQUE PROVINCE

	1984	1983	1982	1981	1980	1979	1978	1977	1976
C.-B.	173	177	181	183	190	192	198	218	233
Alb.	250	254	256	266	273	287	293	326	457
Sask.	94	100	104	104	111	104	116	123	135
Man.	244	246	246	248	249	255	245	265	280
Ont.	805	812	819	821	890	926	938	1004	1044
Qué.	207	247	247	300	313	313	311	355	392
N.-B.	26	27	27	28	29	33	40	39	43
N.-E.	46	52	52	52	52	53	55	63	65
I.-P.-E.	31	33	33	35	36	40	42	48	58
T.-N.	36	37	37	37	38	38	38	38	37
Total	1912	1985	2002	2074	2181	2241	2276	2479	2744

Source: OCCO

NOMBRE MOYENS DE PONDEUSES  
PAR PRODUCTEUR

	1984	1983	1982	1981	1980	1979	1978	1977	1976
C.-B.	14073	14470	14150	13995	14114	12701	12631	10863	10084
Alb.	6014	6201	6153	5921	6088	5081	5308	4217	2831
Sask.	7459	7342	7059	7059	7043	6004	6047	4425	3464
Man.	9528	9836	9836	9756	10176	8598	9593	7991	7459
Ont.	9253	9812	9728	9704	9380	8016	8271	7007	6578
Qué.	15597	13691	13691	11272	11333	9698	10634	8552	8125
N.-B.	16062	15527	15527	17972	14456	11770	10414	9933	8926
N.-E.	18491	16868	16868	16868	17658	15201	15701	12463	11804
I.-P.-E.	4605	4355	4355	4107	3992	3188	3445	2243	1636
T.-N.	12272	11976	11976	11976	11661	10007	11674	9960	9763
Moy. Nat.	9871	10339	10251	9895	9849	8422	8806	7313	6547

Source: OCCO



## EVALUATION DU MOUVEMENT INTERPROVINCIAL DES OEUFS DE TABLE

Les données sont en boîtes de 15 douzaines  
Le tableau ci-dessus ne tient pas compte du produit de table que l'OCCO destine aux exportations  
Le tableau ci-dessus comprend les oeufs écoulés dans le cadre du programme d'écoulement des excédents de l'OCCO

Source: OCCE

# STATISTIQUES

## DÉCLARATIONS D'EXCÉDENTS

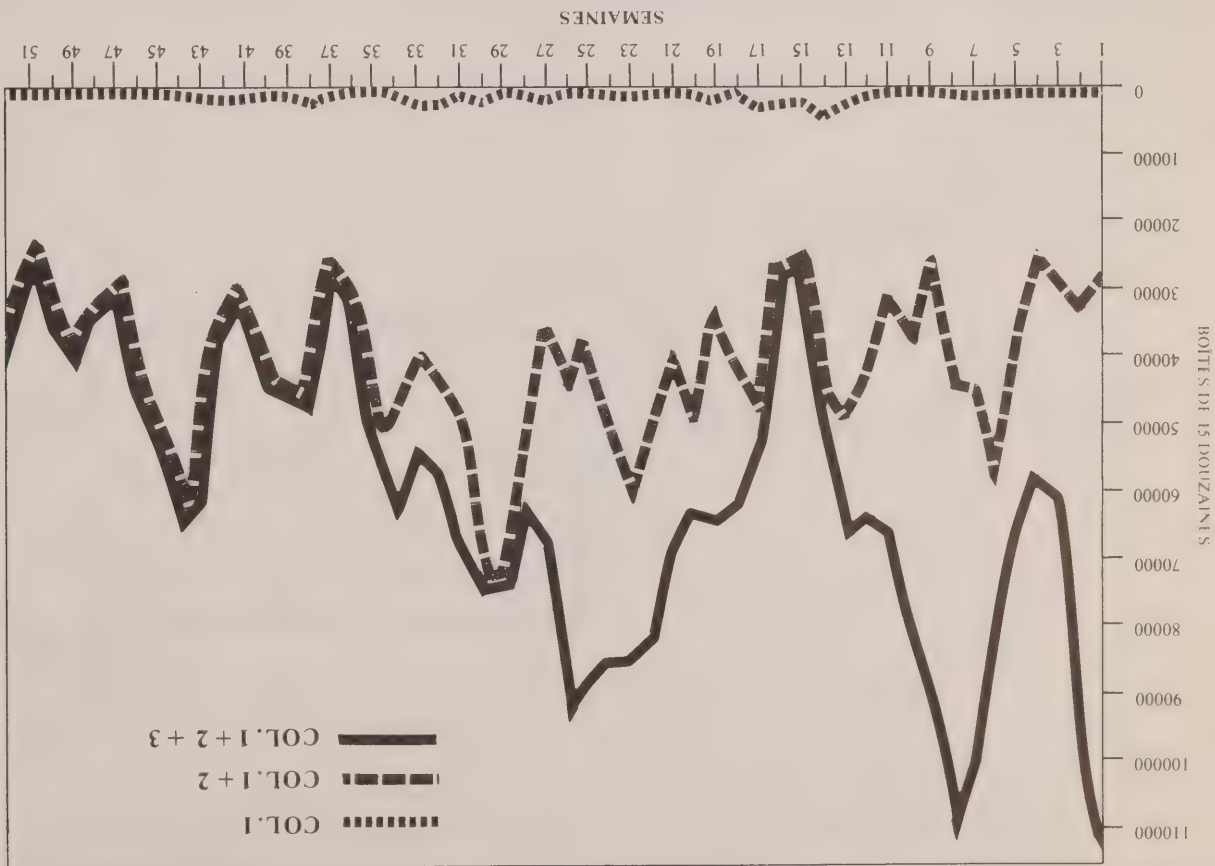
EXCÉDENTS DÉCLARÉS PAR CALIBRE ET PAR PROVINCE — 1984					
BOÎTES DE 15 DOUZAINES					
PROVINCE	EXTRA GROS	GROS	MOYENS	PETITS	TOTAL
C.-B.	60 782	76 848	41 073	13 716	192 419
ALB.	45 519	53 489	52 286	44 713	196 007
SASK.	27 446	22 390	14 261	22 249	86 346
MAN.	162 697	641 394	256 874	87 532	1 148 497
ONT.	252 259	345 309	259 570	47 505	904 643
QUE.	58 903	250 595	25 525	61 294	396 317
N.-B.	741	7 083	2 070	12 025	21 919
N.-E.	19 821	59 136	16 046	24 086	119 089
I.-P.-E.	10 887	15 319	10 037	5 233	41 476
T.-N.	2 720	27 669	28 381	7 500	66 270
TOTAL	641 775	1 499 232	706 123	325 853	3 172 983

## EXCÉDENTS DÉCLARÉS ET IMPORTATIONS — 1984

SEMAINE	EXCÉDENTS AU MARCHÉ DE TABLE	IMPORTATIONS	SEMAINE	EXCÉDENTS AU MARCHÉ DE TABLE	IMPORTATIONS
1	112 796	0	29	72 008	1 500
2	98 534	0	30	72 487	0
3	60 722	0	31	68 257	4 475
4	59 557	0	32	58 150	2 939
5	65 136	0	33	54 100	5 200
6	82 226	0	34	63 035	0
7	100 539	0	35	52 695	3 000
8	112 147	0	36	31 871	3 000
9	91 273	1 995	37	26 930	13 425
10	80 298	3 000	38	49 794	0
11	65 095	0	39	47 512	7 500
12	64 272	6 000	40	46 271	12 525
13	65 008	16 874	41	32 277	4 000
14	49 373	14 350	42	37 711	11 939
15	25 723	1 500	43	61 102	11 300
16	26 660	0	44	65 868	7 416
17	51 289	0	45	53 794	11 850
18	62 844	3 050	46	45 255	18 497
19	63 107	1 500	47	31 180	4 980
20	62 298	2 448	48	33 576	17 998
21	67 474	525	49	41 281	52 668
22	81 038	3 000	50	35 164	26 628
23	85 489	1 500	51	25 456	30 167
24	85 262	0	52	37 469	12 350
25	87 481	3 525	TOTAL		
26	92 083	1 500		3 172 983	3 274 99
27	68 184	0			
28	63 932	3 375			

# STATISTIQUES

## RÉPARTITION DES MARCHÉS



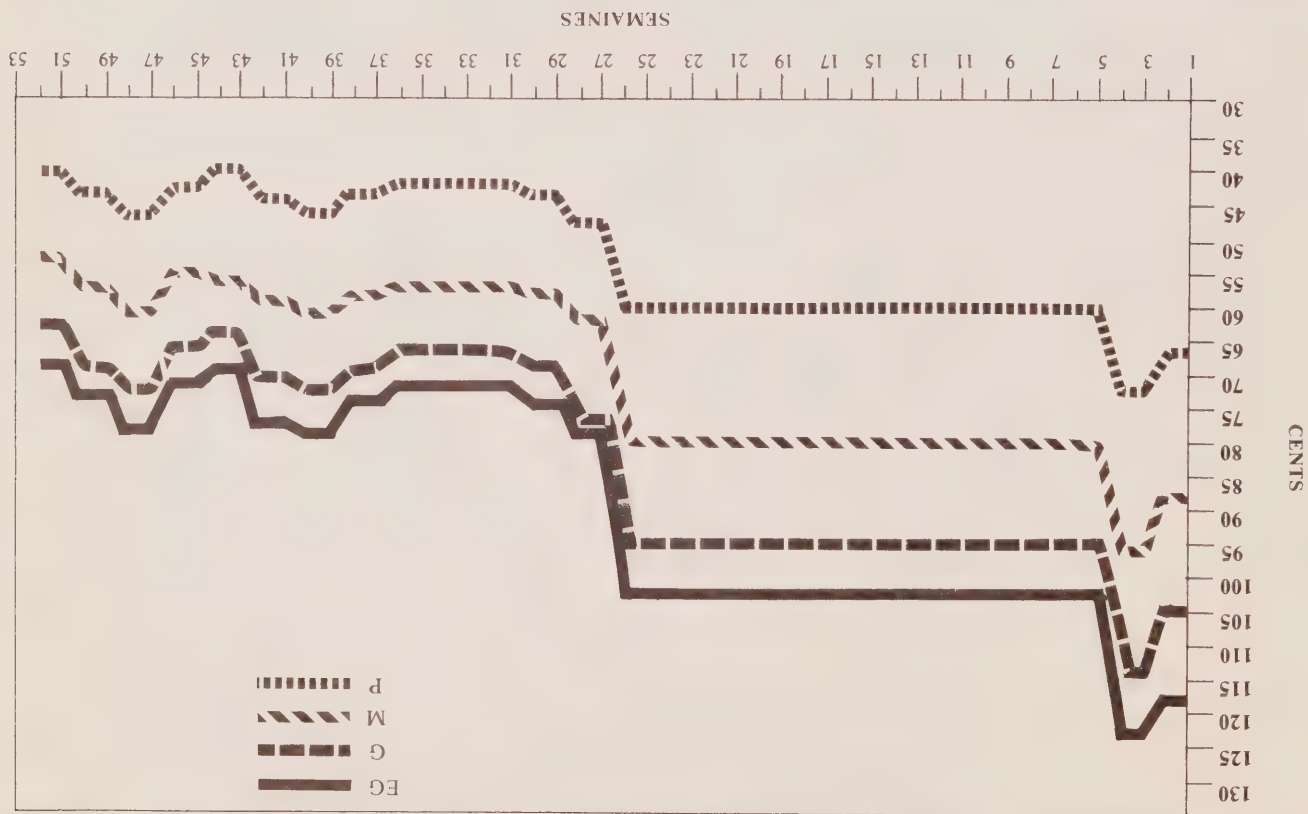
RÉPARTITION DES MARCHÉS  
BOÎTES DE 15 DOUZAINES

Semaine	Au marché de table-interprov.	Aux transfor- mateurs	Aux exporta- tions	Total	Semaine	Au marché de table-interprov.	Aux transfor- mateurs	Aux exporta- tions	Total
1	2	3	1	2	3	1	2	3	1
1	0	29 316	83 480	112 796	29	0	72 008	0	72 008
2	0	32 932	65 602	98 534	30	1 100	71 387	0	72 487
3	0	29 725	30 997	60 722	31	100	49 845	18 312	68 257
4	0	25 387	34 170	59 557	32	1 500	44 314	12 336	58 150
5	0	37 861	27 275	65 136	33	1 500	39 218	13 382	54 100
6	0	58 809	23 417	82 226	34	900	49 244	12 891	63 035
7	1 144	44 061	55 334	100 539	35	0	52 516	179	52 695
8	0	44 676	67 471	112 147	36	598	31 273	0	31 871
9	0	26 000	65 273	91 273	37	70	26 860	0	26 930
10	0	38 993	41 305	80 298	38	2 999	46 795	0	49 794
11	0	31 979	33 116	65 095	39	462	47 050	0	47 512
12	863	42 849	20 560	64 272	40	788	45 483	0	46 271
13	2 225	47 078	15 705	65 008	41	1 500	30 777	0	32 277
14	5 297	42 818	1 258	49 373	42	1 500	36 211	0	37 711
15	2 965	22 758	0	25 723	43	582	60 520	0	61 102
16	3 100	22 560	0	26 660	44	0	65 868	0	65 868
17	4 000	45 789	1 500	51 289	45	0	53 794	0	53 794
18	0	41 750	21 094	62 844	46	0	45 255	0	45 255
19	2 000	32 086	29 021	63 107	47	0	31 180	0	31 180
20	0	50 580	11 718	62 298	48	0	33 576	0	33 576
21	0	40 964	26 510	67 474	49	0	41 281	0	41 281
22	0	51 557	29 481	81 038	50	0	35 164	0	35 164
23	1 500	60 317	23 672	85 489	51	0	25 456	0	25 456
24	0	50 593	34 669	85 262	52	0	37 469	0	37 469
25	0	37 084	50 397	87 481					
26	0	45 213	46 870	92 083					
27	1 500	37 316	29 368	68 184					
28	600	53 671	9 661	63 932					
TOTAL	38 693	2 198 266	936 024	3 172 983					



# STATISTIQUES

## PRIX AUX TRANSFORMATEURS

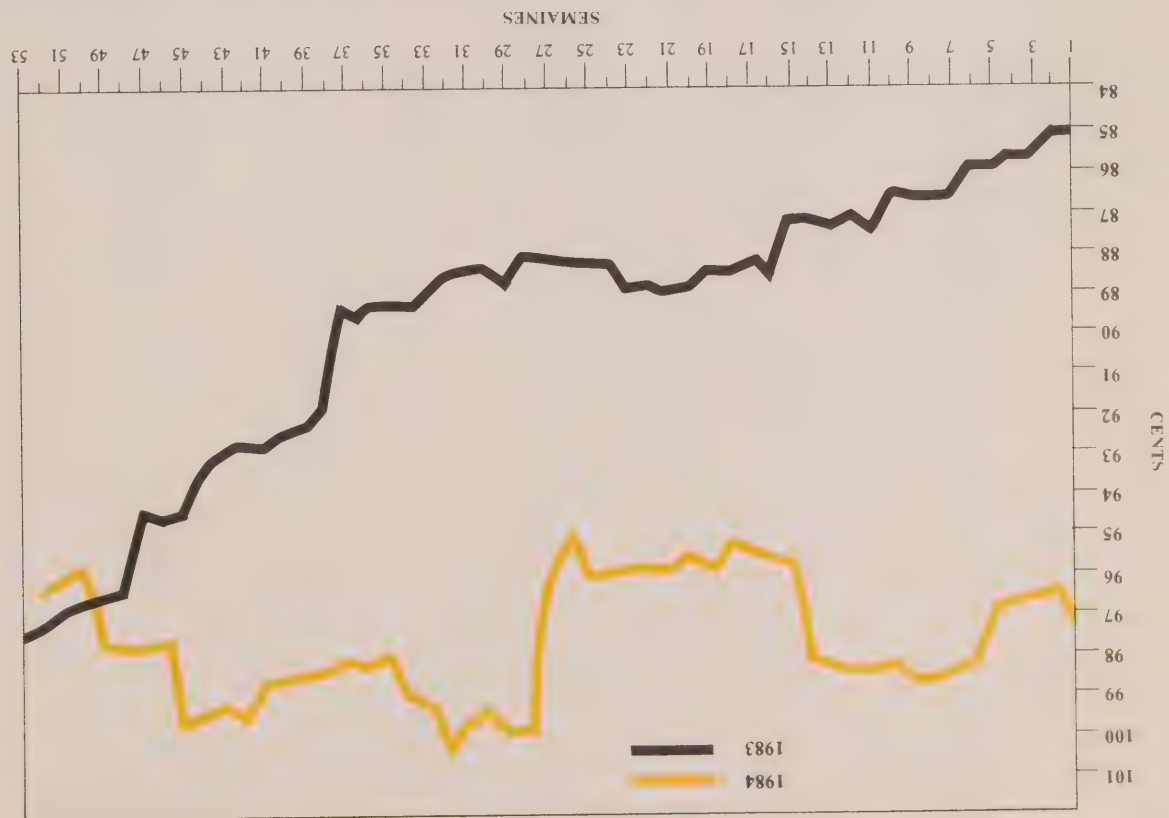


PRIX AUX TRANSFORMATEURS DE L'ONTARIO EN CENTS PAR DOUZAINE

1984	SEMAINE	EG	G	M	P
1	113	105	88	66,5	27
2	113	105	88	66,5	28
3	123	114	96	72	29
4	123	114	96	72	30
5	102,5	95	80	60	31
6	102,5	95	80	60	32
7	102,5	95	80	60	33
8	102,5	95	80	60	34
9	102,5	95	80	60	35
10	102,5	95	80	60	36
11	102,5	95	80	60	37
12	102,5	95	80	60	38
13	102,5	95	80	60	39
14	102,5	95	80	60	40
15	102,5	95	80	60	41
16	102,5	95	80	60	42
17	102,5	95	80	60	43
18	102,5	95	80	60	44
19	102,5	95	80	60	45
20	102,5	95	80	60	46
21	102,5	95	80	60	47
22	102,5	95	80	60	48
23	102,5	95	80	60	49
24	102,5	95	80	60	50
25	102,5	95	80	60	51
26	102,5	95	80	60	52
1	74	74	62	47	79,5
2	74	74	62	47	79,5
3	69	69	58	43,5	74,5
4	69	69	58	43,5	74,5
5	67	67	56,5	42,5	72
6	67	67	56,5	42,5	72
7	67	67	56,5	42,5	72
8	67	67	56,5	42,5	72
9	67	67	56,5	42,5	72
10	67	67	56,5	42,5	72
11	69	69	58	43,5	74,5
12	69	69	58	43,5	74,5
13	73	73	61,5	46	78,5
14	73	73	61,5	46	78,5
15	70	70	59	44,5	75,5
16	70	70	59	44,5	75,5
17	64	64	54	40,5	69
18	64	64	54	40,5	69
19	66	66	55,5	42	71
20	66	66	55,5	42	71
21	73	73	61,5	46	78,5
22	73	73	61,5	46	78,5
23	68	68	57	43	73
24	68	68	57	43	73
25	63	63	53	40	68
26	63	63	53	40	68

# STATISTIQUES

## PRIX MOYEN PONDERÉ AU PRODUCTEUR



PRIX MOYEN PONDERÉ AU PRODUCTEUR — TOUTES CATÉGORIES  
— CENTS PAR DOUZAINES

SEMAINE	PRIX EN 1984	PRIX EN 1983
1	97.2	85.1
2	96.4	85.1
3	96.6	85.7
4	96.8	85.7
5	96.9	85.9
6	98.2	85.9
7	98.5	86.7
8	98.6	86.7
9	98.6	86.6
10	98.3	86.6
11	98.4	87.4
12	98.4	87.1
13	98.3	87.2
14	98.0	87.1
15	95.8	87.1
16	95.7	88.6
17	95.4	88.3
18	95.1	88.4
19	95.9	88.4
20	95.6	88.8
21	95.9	88.9
22	95.9	88.7
23	95.9	88.9
24	96.0	88.3
25	96.0	88.2
26	95.1	88.2
27	96.0	88.1

SEMAINE	PRIX EN 1984	PRIX EN 1983
28	99.8	88.1
29	99.8	88.8
30	99.5	88.4
31	99.6	88.4
32	100.4	88.5
33	99.2	89.1
34	99.0	89.3
35	98.0	89.3
36	98.2	89.4
37	98.1	89.3
38	98.3	91.8
39	98.3	92.3
40	98.5	92.5
41	98.5	92.9
42	99.6	92.8
43	99.4	92.9
44	99.5	93.3
45	99.6	94.3
46	97.7	94.6
47	97.8	94.5
48	97.8	96.3
49	97.8	96.4
50	95.9	96.7
51	96.0	96.9
52	96.3	97.2
53	—	97.3

# STATISTIQUES ALLOCATIONS ET INVENTAIRES

MOIS	COLOMBIE-BRITANNIQUE			ALBERTA			SASKATCHEWAN			MANITOBA			ONTARIO			QUÉBEC		
	ALLOC. INVENT. C <sub>1</sub>	ALLOC. INVENT. C <sub>2</sub>	%	ALLOC. INVENT. C <sub>1</sub>	ALLOC. INVENT. C <sub>2</sub>	%	ALLOC. INVENT. C <sub>1</sub>	ALLOC. INVENT. C <sub>2</sub>	%	ALLOC. INVENT. C <sub>1</sub>	ALLOC. INVENT. C <sub>2</sub>	%	ALLOC. INVENT. C <sub>1</sub>	ALLOC. INVENT. C <sub>2</sub>	%	ALLOC. INVENT. C <sub>1</sub>	ALLOC. INVENT. C <sub>2</sub>	%
Janvier	2 434 712	2 362 138	97,02	1 503 600	1 441 606	95,88	701 116	658 536	93,93	2 324 778	2 248 317	96,71	7 448 593	7 258 645	97,45	3 228 549	3 090 480	95,72
Février	2 336 505	2 312 252	98,97	1 444 960	1 420 751	98,10	674 789	657 567	97,44	2 218 423	2 194 941	99,35	7 164 297	7 030 122	98,18	3 094 029	3 037 139	98,18
Mars	2 312 252	2 312 252	100,00	1 420 751	1 420 751	100,00	677 567	677 567	100,00	2 194 941	2 194 941	100,00	7 030 122	7 030 122	100,00	3 037 139	3 037 139	100,00
Avril	2 333 139	2 333 139	100,00	1 445 005	1 445 005	100,00	661 673	661 673	100,00	2 235 255	2 235 255	100,00	7 050 479	7 050 479	100,00	2 988 182	2 988 182	100,00
Mai	2 346 174	2 346 174	100,00	1 417 143	1 417 143	100,00	635 781	635 781	100,00	2 220 802	2 220 802	100,00	7 063 850	7 063 850	100,00	3 071 477	3 071 477	100,00
Juin	2 330 236	2 330 236	100,00	1 398 732	1 398 732	100,00	640 979	640 979	100,00	2 216 214	2 216 214	100,00	7 118 136	7 118 136	100,00	3 077 584	3 077 584	100,00
Juillet	2 332 650	2 332 650	100,00	1 415 258	1 415 258	100,00	656 587	656 587	100,00	2 148 303	2 148 303	100,00	7 053 926	7 053 926	100,00	3 108 282	3 108 282	100,00
Août	2 320 781	2 320 781	100,00	1 418 520	1 418 520	100,00	666 236	666 236	100,00	2 194 941	2 194 941	100,00	7 044 594	7 044 594	100,00	3 034 834	3 034 834	100,00
Septembre	2 289 329	2 289 329	100,00	1 434 995	1 434 995	100,00	604 465	604 465	100,00	2 168 297	2 168 297	100,00	7 117 461	7 117 461	100,00	3 007 773	3 007 773	100,00
Octobre	2 317 090	2 317 090	100,00	1 419 110	1 419 110	100,00	652 660	652 660	100,00	2 173 139	2 173 139	100,00	7 080 538	7 080 538	100,00	3 069 243	3 069 243	100,00
Novembre	2 342 534	2 342 534	100,00	1 445 534	1 445 534	100,00	663 455	663 455	100,00	2 233 549	2 233 549	100,00	7 175 152	7 175 152	100,00	3 006 578	3 006 578	100,00
Décembre	2 324 214	2 324 214	100,00	1 445 176	1 445 176	100,00	670 512	670 512	100,00	2 256 627	2 256 627	100,00	7 137 331	7 137 331	100,00	3 011 785	3 011 785	100,00
MOYENNE	2 328 920	2 328 920	95,65	1 428 899	1 428 899	95,03	655 270	655 270	93,46	2 207 405	2 207 405	94,95	7 107 878	7 107 878	95,42	3 049 782	3 049 782	94,46

## ÎLE-

MOIS	NOUVEAU-BRUNSWICK			NOUVELLE-ÉCOSSE			PRINCE-ÉDOUARD			TERRE-NEUVE			INVENT. TOTALX			INVENT. TOTALX		
	ALLOC. INVENT. C <sub>1</sub>	ALLOC. INVENT. C <sub>2</sub>	%	ALLOC. INVENT. C <sub>1</sub>	ALLOC. INVENT. C <sub>2</sub>	%	ALLOC. INVENT. C <sub>1</sub>	ALLOC. INVENT. C <sub>2</sub>	%	ALLOC. INVENT. C <sub>1</sub>	ALLOC. INVENT. C <sub>2</sub>	%	INVENT. TOTALX	INVENT. TOTALX	%	INVENT. TOTALX	INVENT. TOTALX	%
Janvier	417 779	400 237	95,80	852 606	810 850	95,10	142 767	135 363	94,81	441 799	394 993	89,41	18 801 165	18 801 165	96,43%	19 394 717	19 394 717	94,50%
Février	384 292	384 292	100,00	819 970	819 970	100,00	135 934	135 934	100,00	395 477	395 477	100,00	18 668 676	18 668 676	95,75%	19 298 576	19 298 576	94,03%
Mars	399 272	399 272	95,57	784 199	784 199	91,98	115 162	115 162	100,00	393 065	393 065	100,00	18 344 470	18 344 470	94,09%	19 251 609	19 251 609	93,80%
Avril	407 437	407 437	97,52	754 390	754 390	88,48	125 472	125 472	87,89	386 155	386 155	87,41	18 387 187	18 387 187	87,41%	19 429 460	19 429 460	94,67%
Mai	387 487	387 487	92,75	766 833	766 833	89,94	125 994	125 994	88,25	382 707	382 707	86,62	18 426 248	18 426 248	94,51%	19 390 840	19 390 840	94,48%
Juin	383 987	383 987	91,91	762 600	762 600	89,44	126 701	126 701	88,75	375 327	375 327	84,95	18 430 496	18 430 496	94,53%	19 336 326	19 336 326	94,22%
Juillet	387 473	387 473	92,75	810 870	810 870	95,10	129 253	129 253	90,53	386 419	386 419	87,46	18 429 021	18 429 021	94,53%	19 261 431	19 261 431	93,85%
Août	404 195	404 195	96,75	815 514	815 514	95,65	125 517	125 517	87,92	391 387	391 387	88,59	18 416 572	18 416 572	94,46%	19 373 465	19 373 465	94,40%
Septembre	399 914	399 914	95,72	806 316	806 316	94,57	133 772	133 772	93,70	372 683	372 683	84,36	18 335 005	18 335 005	94,04%	19 346 211	19 346 211	94,26%
Octobre	417 137	417 137	98,65	657 652	657 652	77,13	126 870	126 870	88,87	394 246	394 246	88,87	18 302 635	18 302 635	93,88%	19 372 356	19 372 356	94,39%
Novembre	412 793	412 793	98,81	817 517	817 517	95,88	131 506	131 506	92,11	402 022	402 022	91,00	18 630 180	18 630 180	95,56%	19 354 516	19 354 516	94,30%
Décembre	408 549	408 549	97,79	835 419	835 419	97,98	137 987	137 987	96,65	399 306	399 306	90,38	18 626 906	18 626 906	95,54%	19 408 042	19 408 042	94,56%
MOYENNE	399 398	399 398	95,60	786 844	786 844	92,28	129 127	129 127	90,44	389 482	389 482	88,15	18 483 213	18 483 213	94,80%	19 351 462	19 351 462	94,29%

\* Le terme "allocation" signifie le contingent total émis conformément aux dispositions de l'Accord fédéral-provincial.  
\*\* À moins d'avis contraire, le terme "inventaire" signifie le nombre de ponduses retrouvées dans un troupeau provincial, selon les données fournies par les offices provinciaux.



# STATISTIQUES CANADA ÉVALUATION DE LA CONSOMMATION

24

## CANADA ÉVALUATION DE LA CONSOMMATION

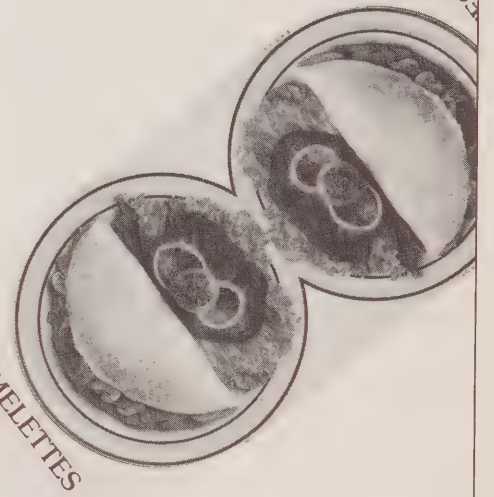
CATÉGORIE A				(Boîtes de 15 douzaines)			
Importa- tions	Excédents au décoquillage	Excédents aux exporta- tions	Exporta- tions commer- ciales	Disparition à la table	Moy. hebdo. cumulative	Moy. mobile de 5 sem.	Semaine 1984 (Ag. Can.)
Importa- tions	Excédents au décoquillage	Excédents aux exporta- tions	Exporta- tions commer- ciales	Disparition à la table	Moy. hebdo. cumulative	Moy. mobile de 5 sem.	Semaine 1984 (Ag. Can.)

1	512 656	102 531	0	29 316	83 480	0	399 860	399 860	79 972
2	522 000	206 931	0	32 932	65 602	720	422 746	411 303	164 521
3	531 136	313 158	0	29 725	30 997	7 720	462 694	428 433	257 060
4	521 112	417 381	0	25 387	34 170	5 160	456 395	435 424	348 339
5	511 865	519 754	0	37 861	27 275	4 715	442 014	436 742	436 742
6	512 396	519 702	0	58 809	23 417	0	430 170	435 647	442 804
7	507 990	516 900	0	44 061	55 334	0	408 595	431 782	439 974
8	518 109	514 294	0	44 676	67 471	0	405 962	428 555	428 627
9	509 470	511 966	1 995	26 000	65 273	0	420 192	427 625	421 387
10	510 034	511 600	3 000	38 993	41 305	0	432 736	428 136	419 531
11	506 709	510 462	0	31 979	33 116	0	441 614	429 362	421 820
12	494 697	507 804	6 000	42 849	20 560	0	437 288	430 022	427 558
13	491 726	502 527	16 874	47 078	15 705	0	445 817	431 237	435 529
14	493 763	499 386	14 350	42 818	1 258	0	464 037	433 580	444 298
15	483 024	493 984	1 500	22 758	0	0	461 766	435 459	450 104
16	488 140	490 270	0	23 560	0	0	464 580	437 279	454 698
17	467 516	484 834	0	45 789	1 500	0	420 227	436 276	451 285
18	491 983	484 885	3 050	41 750	21 094	0	432 189	436 049	448 560
19	488 418	483 816	1 500	32 086	29 021	0	428 811	435 668	441 515
20	489 642	485 140	2 448	50 580	11 718	0	429 792	435 374	435 120
21	491 198	485 751	525	40 964	26 510	0	424 249	434 844	427 054
22	492 181	490 684	3 000	51 557	29 481	0	414 143	433 904	425 837
23	501 348	492 557	1 500	60 317	23 672	0	418 859	433 249	423 171
24	501 569	495 188	0	50 593	34 669	0	416 307	432 543	420 670
25	502 831	497 825	3 525	37 084	50 397	0	418 875	431 997	418 487
26	500 233	499 632	1 500	45 213	46 870	0	409 650	431 137	415 567
27	497 293	500 655	0	37 316	29 368	0	430 609	431 118	418 860
28	492 928	498 971	3 375	53 671	9 661	0	432 971	431 184	421 682
29	496 766	498 010	1 500	72 008	0	0	426 258	431 014	423 673
30	492 091	495 862	0	71 387	0	0	420 704	430 670	424 038
31	496 857	495 187	4 475	49 845	18 312	0	433 175	430 751	428 743
32	487 876	493 304	2 939	44 314	12 336	0	434 165	430 858	429 455
33	491 417	493 001	5 200	39 218	13 382	0	444 017	431 257	431 664
34	489 728	491 594	0	49 244	12 891	0	427 593	431 149	431 931
35	481 120	489 400	3 000	52 516	179	0	431 425	431 157	434 075
36	480 582	486 145	3 000	31 273	0	0	422 309	431 744	437 902
37	483 818	485 333	13 425	26 860	0	0	470 383	432 789	445 145
38	483 595	483 769	0	46 795	0	0	436 800	432 894	443 702
39	473 768	480 577	7 500	47 050	0	0	434 218	432 928	445 027
40	476 259	479 604	12 525	45 483	0	0	443 301	433 187	447 402
41	477 105	478 909	4 000	30 777	0	0	450 328	433 605	447 006
42	471 978	476 541	11 939	36 211	0	0	447 706	433 941	442 471
43	477 277	475 277	11 300	60 520	0	0	428 057	433 804	440 722
44	484 540	477 432	7 416	65 868	0	0	426 088	433 629	439 096
45	485 778	479 336	11 850	53 794	0	0	443 834	433 056	439 203
46	486 111	481 137	18 497	45 255	0	0	459 353	434 410	441 008
47	494 359	485 613	4 980	31 180	0	0	468 159	435 128	445 098
48	490 677	488 293	17 998	33 576	0	0	475 099	435 961	454 507
49	489 037	489 192	52 668	41 291	0	0	500 414	437 276	469 372
50	498 883	491 813	26 628	35 521	0	0	489 990	438 330	478 603
51	502 275	495 046	30 167	25 456	0	0	506 986	439 677	488 130
52	495 196	495 214	15 500	41 974	795	0	467 927	440 220	488 083

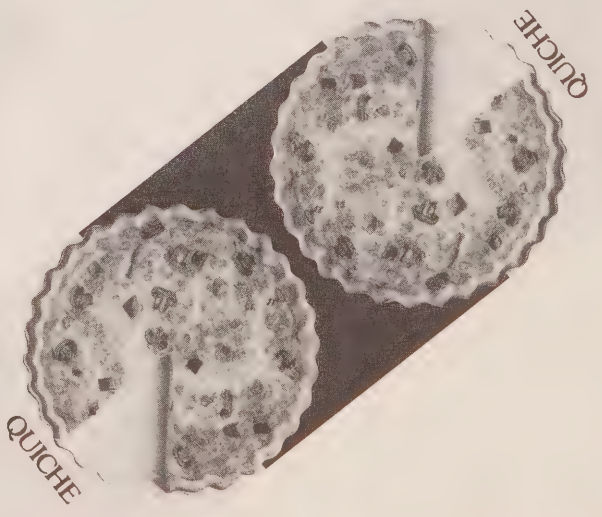
# RAPPORTS DES COMITÉS



OEUFBURGER

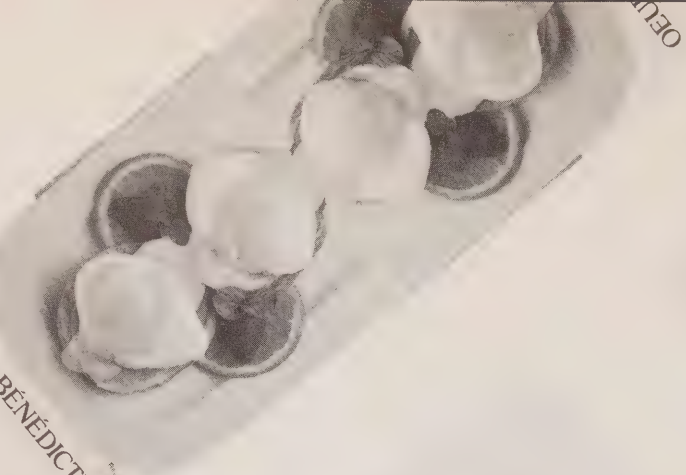


OMELETTES



QUICHE

QUICHE



OEUFS BÉNÉDICTINE



ALL-DAY  
BREAKFAST

ALL-DAY  
BREAKFAST



EGGBURGER

EGGBURGER



L'autre point important fut l'entente conclue avec l'Association canadienne de natation amateur nous permettant d'utiliser les services d'Alex Baumann, double médaillé d'or, comme point de mire de nos activités promotionnelles au cours des deux prochaines années.

Les activités de marketing de l'OCCO ne sont pas limitées à la publication en provenance des détaillants, des écoles culinaires et des importateurs révélant l'utilité de cette publication en particulier. L'industrie des micros-ondes a connu sa meilleure année à ce jour en gagnant plus d'un demi million de foyers supplémentaires que maintenant, plus de 30 pour cent des foyers canadiens sont dotés de cet appareil ménager.

Au tout début de l'année, nos relations avec l'agence publicitaire avec qui nous traitons depuis plusieurs années a pris fin. Suite à la nomination de Don Stevenson au poste de gérant du service de marketing, et le choix de l'agence publicitaire Ronalds-Reynolds, de nouvelles décisions étaient prises quant à l'orientation des futures stratégies de marketing de l'Office.

L'oeuvre extraordinaire est en fait le titre d'un nouveau film de 12 minutes que l'OCCO destine au public de sorte à lui expliquer la façon dont les oeufs sont produits, ramassés, classés, emballés et distribués. Offert sous forme de cassette-vidéo avec sous-titres pour les malentendants, ce film a reçu les éloges de l'Office national du film. Des imprimés et des cassettes sont disponibles gratuitement auprès des offices provinciaux ainsi que d'un certain nombre de centres de ressources pour l'éducation et l'Éducation et des commissions scolaires locales.

L'une de ces décisions visait la réduction de l'accent porté sur les livres de recettes (qui frappait les consommateurs de tous côtés) à la faveur d'une approche publicitaire multi-médias. Bien que le mode principal de diffusion soit la télévision, nous aurons, durant l'année, l'appui périodique de la radio, de la presse écrite et des tableaux publicitaires. Chaque mode de diffusion est planifié de sorte que les offices provinciaux puissent réhausser la couverture de leurs marchés respectifs, grâce à l'intensification des reportages, la durée prolongée et la venue de nouvelles campagnes, et l'expansion de l'étendue géographique couverte.



## COMITÉ POUR LE MARKETING

Nouvelle orientation du marketing en 1984

Le service de marketing de l'OCCO crée et applique des programmes de marketing visant l'augmentation de la consommation d'œufs en coquilles sur le marché canadien.

Les deux principaux marchés-cibles en 1984 ont demeuré la vente au détail et le secteur des services alimentaires. Ce dernier comprend les services alimentaires retrouvés dans les hôpitaux et les maisons d'enseignement, les hôtels, les motels et les restaurants. Ces installations représentent environ le cinquième de la consommation totale d'œufs en coquilles au Canada ainsi qu'une excellente occasion d'expansion à long terme. Conscient de l'importance de ce secteur du marché, l'OCCO a engagé un coordonnateur des services alimentaires, soit une personne ayant une vaste connaissance de cette industrie.

En ce qui touche les consommateurs, et comme l'OCCO ne participe pas directement à la vente d'œufs aux détaillants, le marketing vise surtout à "nous tirer d'affaires" en stimulant la demande directement auprès des consommateurs.

Comme résultat de la publication du livre de recettes à grand succès "Les délices minuites", trois autres ouvrages semblables ont été préparés et distribués cette année. Deux d'entre-eux ont été directement adressés à plus de quatre millions de foyers par le biais de campagnes nationales postales.



## COMITÉ POUR LA QUALITÉ DES OEUFS

**Les offices provinciaux se préoccupent des règlements pré-classement**

La proposition d'Agriculture Canada visant l'amendement des règlements sur les oeufs dans le cadre des Normes du Canada régissant les produits agricoles fit l'objet d'une discussion détaillée lors des deux réunions que tenait le comité cité en titre l'an dernier.

Le changement concerne la surveillance de la qualité des oeufs avant leur lancement. L'amendement en question ferait en sorte que les cargaisons d'oeufs provenant de troupeaux en production depuis plus de neuf mois répondent à certaines exigences de qualité et de condition avant d'être vendus dans le commerce de table.

La majorité des offices provinciaux de commercialisation ont sévèrement critiqué la proposition. Ils craignent que les marchés locaux, particulièrement dans la région de l'Atlantique, soient la cible d'une insuffisance en supposant le rejet de la cargaison provenant d'un seul producteur.

D'autres offices se préoccupaient du prix aux producteurs et la façon dont celui-ci serait déterminé dans les provinces où l'on ne trouve pas d'usine de décoquillage. On cherchait à savoir qui serait tenu d'assumer les frais de transport. On ne retrouve aucune usine de décoquillage à Terre-Neuve, à l'Île-du-Prince-Édouard, en Nouvelle-Écosse, au Nouveau-Brunswick et en Saskatchewan. Les oeufs qui ne répondent pas aux exigences pré-classées devraient être transportés à l'extérieur des provinces à des fins de transformation.

Les autorités d'Agriculture Canada ont fortement incité l'OCCO à modifier ses règlements sur l'écoulement des excédents de sorte à y inclure toutement les catégories d'oeufs et non strictement les oeufs de catégorie A. Le Ministère anticipe que les nouveaux règlements entreront en vigueur à l'automne de 1985.

### Le Conseil des transformateurs se plaint de la couleur du jaune qui nuit aux exportations

Des occasions d'exporter sont rares parce que la couleur du jaune varie d'une région à l'autre, selon la moultée utilisée dans les rations alimentaires de précision le Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles au comité pour la qualité des oeufs.

L'ajout de colorants aux oeufs est permis en ce qui touche les produits transformés au Canada, mais il se révèle inacceptable sur le marché international où l'on préfère des jaunes plus foncés produits par des poules nourries au maïs.

L'addition d'une proportion de quatre pour cent de luzerne aux rations alimentaires à base de blé donnerait lieu à des jaunes plus foncés. Toutefois, le comité reconnaît que l'OCCO n'a pas l'autorité d'imposer des exigences sur les produits, autre que d'assurer que des oeufs de la plus haute qualité possible soient disponibles pour le marché de la consommation à la table. Cette question sera abordée à nouveau en 1985.





## COMITÉ DU BUDGET

Un budget accru pour couvrir la publicité télévisée

Le budget de l'OCCO inclut les comptes administratifs, local et des exportations qui sont parrainés par le biais de redevances séparées.

Le budget administratif de 1985 a été largement augmenté étant donné le retour aux messages publicitaires télévisés. Toutefois, la redevance administrative ne devrait pas subir d'augmentation en 1985 bien que le budget administratif révèle un déficit net par rapport aux revenus. La situation sera compensée par le solde positif à la fin de l'année 1984.

En mai, le Conseil d'administration acceptait de hausser la redevance administrative de 5 cent pour atteindre un nouveau niveau de 3,5 cents la douzaine de sorte à couvrir les coûts plus élevés des offices provinciaux. Cette redevance n'avait pas été ajustée depuis 1976. La part de cette redevance qui revient à l'OCCO demeure toujours à 1,5 cent.

## COMITÉ

### DE LA VÉRIFICATION

Le problème c'est le contrôle des redevances a-t-on appris au comité de la vérification

Certains offices provinciaux de commercialisation des oeufs n'exercent pas un contrôle adéquat sur les redevances de dire les représentants du cabinet Touche Ross et Cie au comité lors de sa réunion du 11 décembre.

"À titre de vérificateurs, nous ne pouvons dire avec satisfaction, qu'il existe un contrôle suffisant des redevances à l'échelle provinciale afin d'assurer la perception adéquate des redevances payables" de dire Carmen Joynt de Touche Ross.

Étant donné que les redevances sont versées pour chaque douzaine d'oeufs et qu'il est très difficile, voire impossible, de vérifier certains secteurs de vente, divers problèmes de contrôle surgissent, a-t-il expliqué.

Suite aux prévisions de l'an dernier

qui révélaient la prolongation d'une forte demande de l'industrie canadienne de la transformation, donnant ainsi lieu à de lourdes pertes au niveau du fonds local, le comité du budget recommandait que la redevance concernée soit augmentée de 7 cents pour atteindre 3,5 cents. Cette hausse fut approuvée à la réunion que tenait le Conseil d'administration en décembre.

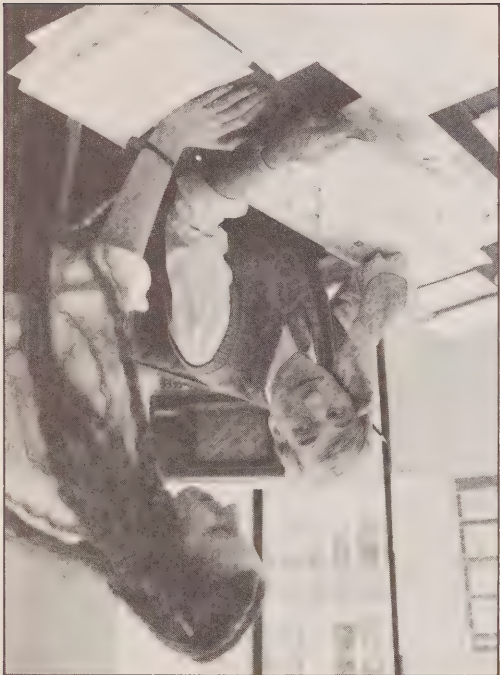
Les coûts de rachat sont maintenant inclus dans le budget de sorte que les frais d'écoulement des excédents sont soumis à un contrôle plus strict.

La coupure de cinq pour cent dans les contingents au début de 1984 a permis de rétablir l'équilibre entre les approvisionnements et la demande canadienne en plus de réduire les pressions sur le programme d'exportation de l'OCCO. Une grande partie du déficit de 1983 fut compensée l'an dernier et en fin d'année, la situation se voulait très optimiste. Compte tenu de la forte baisse des exportations, il ne fut pas nécessaire d'ajuster la redevance des producteurs l'an dernier et celle-ci devrait demeurer stable à trois cents la douzaine du moins pour le premier semestre de 1985.

L'an dernier, le cabinet Touche Ross entreprenait, sur une base individuelle, une vérification interne. La première étape qui consistait en une analyse du service des finances a été complétée.

On a aussi précisé au comité que la transition, l'an dernier, à un système informatisé de contrôle des inventaires s'est fait en douceur et avec une précision digne d'une opération militaire.

Le comité recommandait au Conseil d'administration que le cabinet Touche Ross soit mandaté pour effectuer la vérification de 1984 au service de l'Office. Le Conseil acceptait la recommandation en question.





## COMITE EXECUTIF

Le comité exécutif définit le rôle des cadres supérieurs de l'Office

Lors de chacune des six réunions qu'il tenait l'an dernier, le comité exécutif étudiait minutieusement la situation financière de l'Office. Comme résultat, un sous-comité particulier a été formé dans le but de trouver une façon de réduire les coûts associés au programme d'écoulement des excédents.

Vers la fin de 1983, le Conseil d'administration demandait au comité exécutif de bien vouloir clarifier les règlements régissant les rôles et responsabilités du président et du directeur général. C'est en mars de l'an dernier que ce travail était achevé. Des amendements aux règlements étaient soumis au Conseil pour fin d'étude lors de la réunion qu'il tenait le même mois.

## COMITE DU CDP

Un sondage auprès des producteurs en 1984 déterminera les prix à venir

Tous les producteurs de la Saskatchewan, de la Nouvelle-Ecosse, du Nouveau-Brunswick, de l'I.-P.-E. et de Terre-Neuve ayant des troupeaux de 10 000 à 50 000 têtes ont été approchés au printemps dernier pour participer au sondage. Les producteurs des autres provinces ont été choisis au hasard. Au total, 185 producteurs d'un coin à l'autre du pays ont participé au travail.

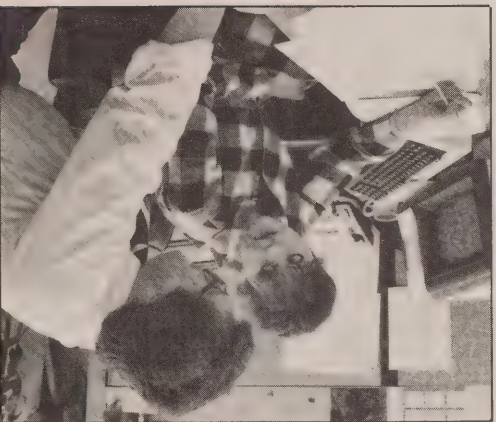
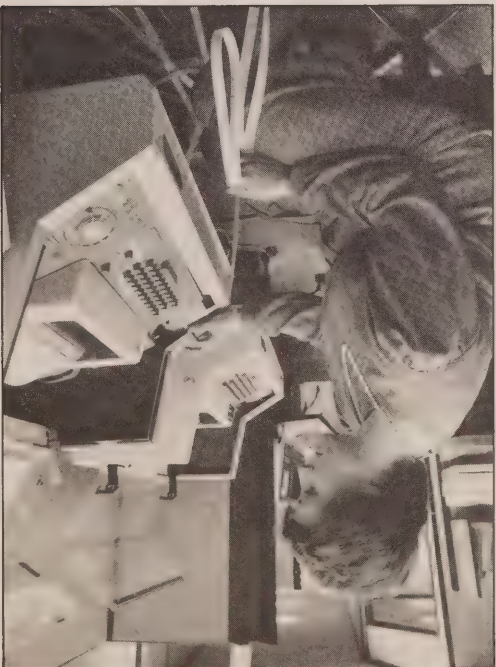
Au cours des entrevues, on a demandé aux producteurs de faire part de leurs coûts de production en 1983 couvrant la mouline, les poulinettes, la main-d'œuvre, les bâtisses, les terres, les cages, le pétrole, l'électricité — bref, tous les coûts associés à la production d'œufs.

Une nouvelle facette caractérisait le sondage — le recours à des ordinateurs portables utilisant des logiciels spécialement conçus pour tenir compte des réponses des producteurs.

Depuis 1976, un sondage de mise à jour du CDP a été effectué tous les deux ans, sauf en 1983. Le sondage fut retardé d'une année étant donné les audiences du Conseil national de commercialisation des produits de ferme sur la formule des coûts de production de l'OCCO.

La planification intensive pour le sondage de mise à jour a commencé effectivement en 1983 et s'est poursuivie jusqu'au début de 1984. Cette planification couvrait des points tels:

- 1) le choix d'un cabinet d'experts-conseils, soit Agriconsultants, qui devait élaborer un questionnaire et procéder à l'analyse des résultats du sondage;
- 2) l'étude fondamentale et l'approbation subséquente de la méthodologie utilisée dans le cadre du sondage; et
- 3) le choix des comptables Pear Marwick, Mitchell et Cie auxquels le sondage était confié.



Tel que décrit antérieurement dans le présent rapport, la demande des transformateurs pour les oeufs excédant les besoins des marchés de table s'est accrue considérablement l'an dernier. Le secteur de la transformation achetait, l'an dernier, une quantité de 2,2 millions de boîtes, ce qui signifie une augmentation de 25,3 pour cent.

Près de la moitié de cette sur-production comptait des oeufs de calibre gros, soit 1,5 million de boîtes ou 47,2 pour cent. Les oeufs moyens s'élevaient à 711 422 boîtes ou 22,4 pour cent alors que l'on comptait 642 045 boîtes d'oeufs excédentaires de calibre extra-gros (20,2%) et 325 879 boîtes d'oeufs petits (10,2%).

La situation dénote tout un contraste par rapport à 1983 auquel moment seulement 909 735 boîtes de gros oeufs étaient déclarées excédentaires, soit 24,4 pour cent seulement du total produit. Les oeufs moyens constituèrent la plus grande partie des excédents de 1983 avec 1,6 million de boîtes (44,1%).

## POURCENTAGE DE L'EXCÉDENT PROVINCIAL PAR RAPPORT AU TOTAL NATIONAL



## LES EXCÉDENTS

L'amélioration des excédents... un fait saillant de 1984

L'industrie des oeufs au Canada se baignait dans un excédent de production en 1984 avant de réussir à réduire de 11,5 pour cent la quantité d'oeufs excédant les besoins du marché de table. Les données ont donc passé de 3,6 millions de boîtes de 15 douzaines en 1983 à 3,2 millions de boîtes.

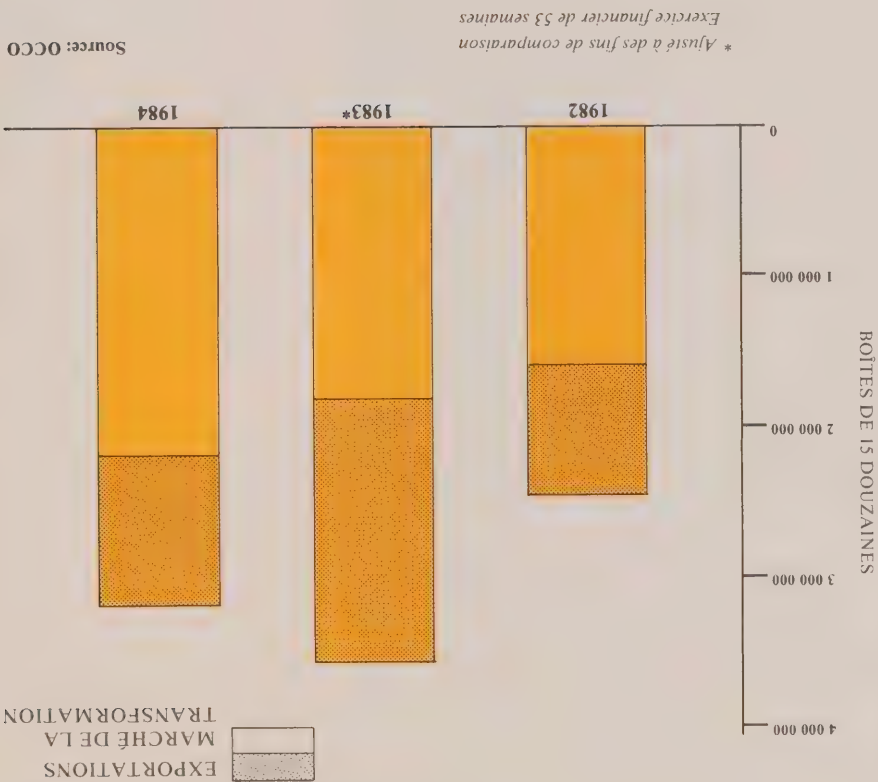
Cette amélioration significative se reflétait dans le programme d'exportations de l'OCCO. En effet, les exportations tombaient de 46,7 pour cent, soit de 1,8 million de boîtes en 1983 pour atteindre le niveau actuel de 936 819 boîtes.

Toute la marchandise exportée, à l'exception d'une infime partie, était vendue à des transformateurs étrangers, soit 934 019 boîtes comparativement à seulement 2 800 boîtes sur les marchés de table.

Malgré la baisse des exportations, le Canada maintient un excellent équilibre commercial et demeure un exportateur principal d'oeufs.

## MARCHÉ DE LA TRANSFORMATION + EXPORTATIONS

1982, 1983, 1984



## MARCHÉ DE LA TRANSFORMATION + EXPORTATIONS PAR CALIBRE — 1984

3,178,650 BOÎTES DE 15 DOUZ. = 100%





## LA DEMANDE

**La baisse du marché de table est compensée par l'augmentation de la demande des transformateurs**

La demande plutôt stable pour les oeufs l'an dernier a révélé la prudence de la coupe de cinq pour cent dans les contingents en 1984.

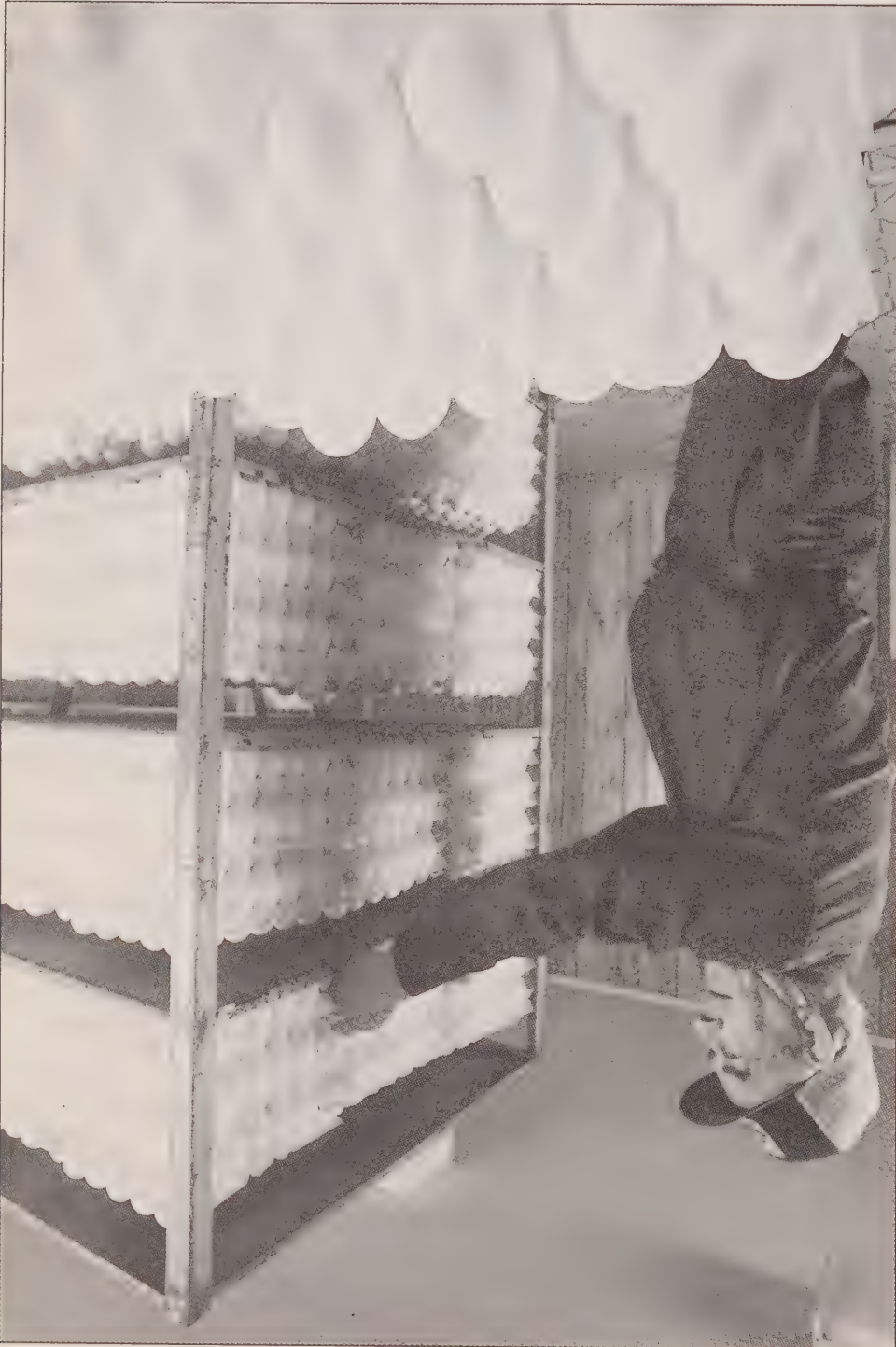
Une solide expansion de l'industrie de la transformation l'an dernier a servi de compensation pour une légère baisse dans la consommation du produit destiné à la table. Dans l'ensemble, la demande canadienne est demeurée pratiquement inchangée par rapport à l'année précédente.

Après avoir ajusté les données de 1983 à des fins de comparaison (l'exercice financier de 1983 comptant 53 semaines), la demande a, en 1984, augmenté de seulement 25 595 boîtes de 15 douzaines pour atteindre un niveau de 25,09 millions.

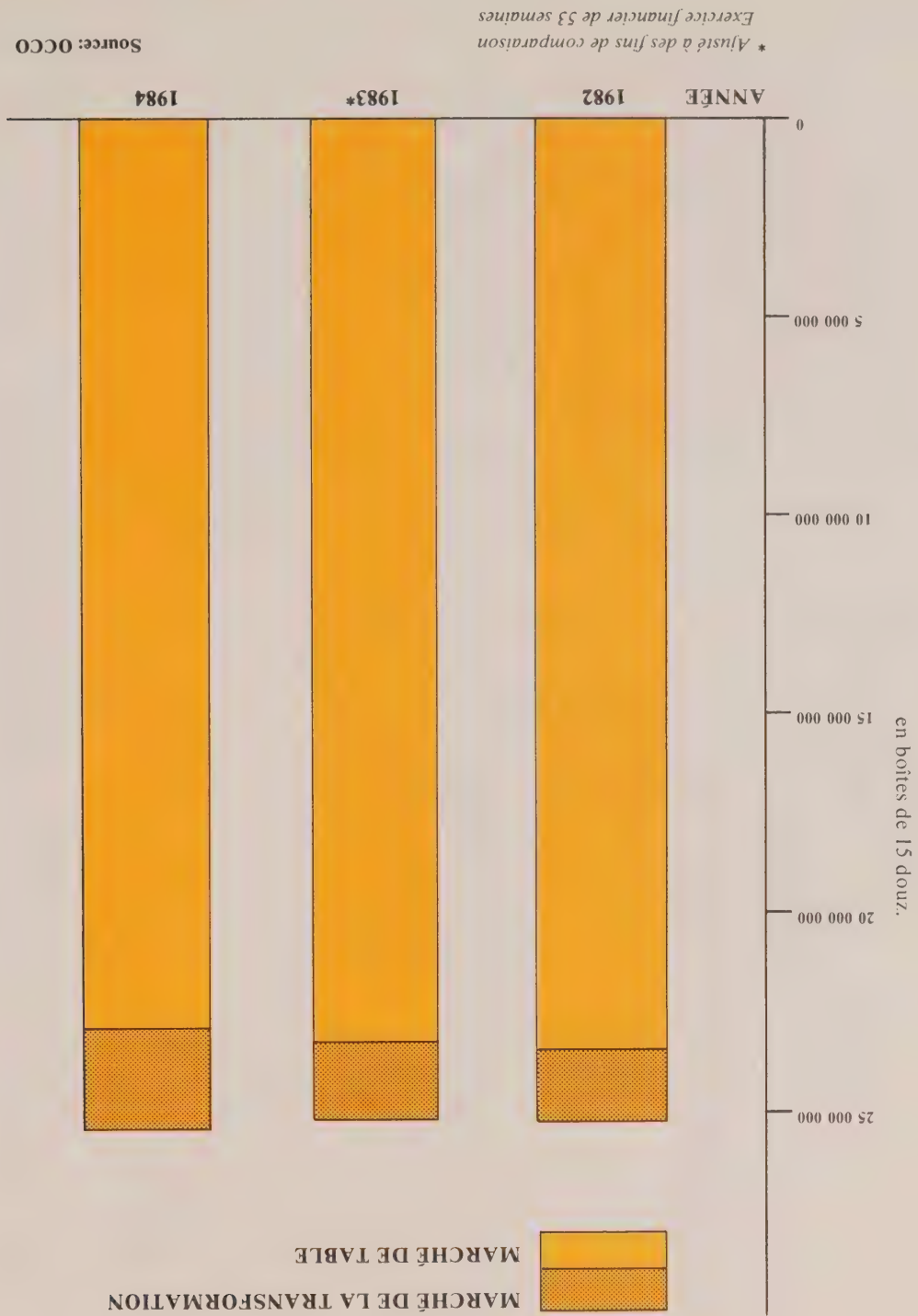
C'est pour la deuxième année consécutive que la demande du marché de table accuse un déclin par rapport aux années précédentes. En 1983, la consommation passait de 23,3 millions de boîtes à 22,9 millions, représentant une baisse de 1,7 pour cent. Les besoins du marché de table ont régulièrement baissé durant le premier semestre de 1984, soit de 1,4 pour cent, pour continuer à baisser à un rythme plus modéré jusqu'en décembre.

Au cours du dernier mois de 1984, la consommation a regagné beaucoup de terrain, augmentant dramatiquement pour atteindre son plus haut niveau depuis les quatre dernières années.

L'an dernier, la demande du secteur de la transformation s'est accrue de 25,3 pour cent compensant ainsi pour la piètre performance du marché de table. Les transformateurs ont effectivement acheté 2,2 millions de boîtes l'an dernier comparativement aux 1,8 million de boîtes en 1983.



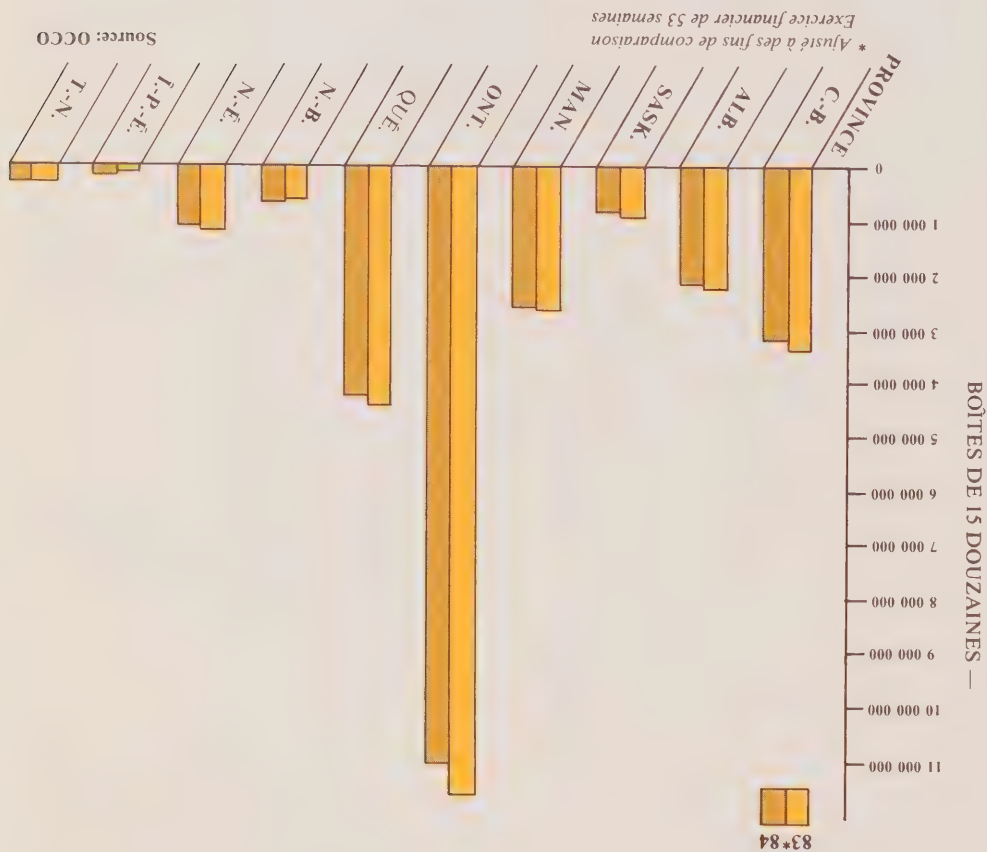
## LA DEMANDE EN 1982, 1983 et 1984



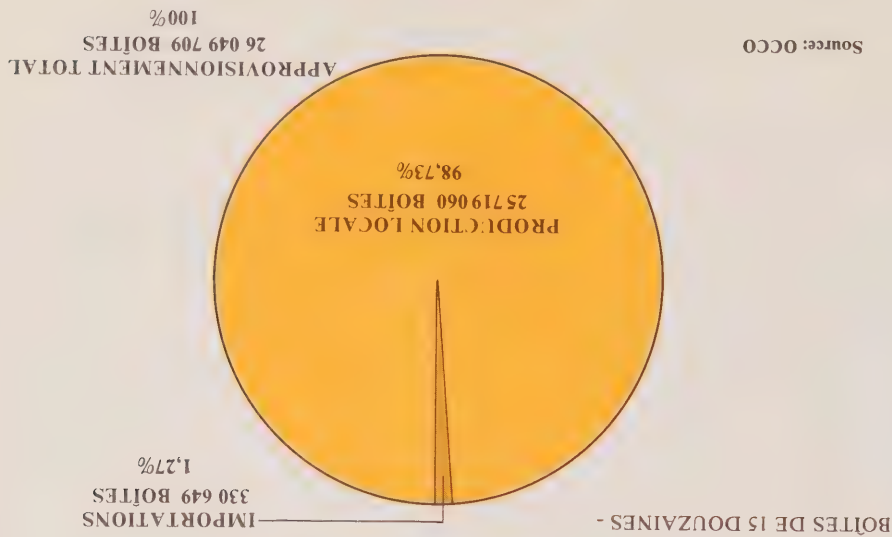
Chaque année, le Canada doit permettre une quantité minimum d'importations au pays afin de répondre aux exigences de la General Agreement of Trade and Tariffs (GATT). Cette entente commerciale internationale veut que le Canada reçoive une quantité d'œufs en coquilles équivalente à 0,675 pour cent de sa production locale de l'année précédente. Le gouvernement fédéral émet des permis d'importations globales aux commerçants et pour cette quantité. Le gouvernement peut également accorder des permis d'importations supplémentaires lorsque la production canadienne d'œufs ne suffit pas à répondre à la demande.

Plus de la moitié des œufs produits au Canada l'an dernier appartenaient à la catégorie A-Gros, soit 13,5 millions de boîtes ou 50,3 pour cent du total. Les classements d'œufs extra-gros s'élevaient à 4,8 millions de boîtes ou 17,7 pour cent, les œufs moyens à 6,1 millions (22,8%) et les œufs petits à 1,3 million (4,7%).

CLASSEMENTS PROVINCIAUX - 1983 VS 1984



SOURCES D'APPROVISIONNEMENT - 1984





L'OFFRE

Une bonne coupure des contingents rajuste les approvisionnements

En 1984, un important changement dans les approvisionnements a contribué à la relance de l'industrie de la production d'œufs.

Suite à une performance plutôt piètre des marchés en 1983, l'augmentation de 4,4 pour cent marquait la production alors que la demande demeurait stable, les excédents augmentaient de presque 41 pour cent et l'OCCO commandait une réduction de cinq pour cent dans les contingents à compter du 1<sup>er</sup> janvier.

Cette coupure qui se traduisait par une quantité de 12 millions de douzaines d'œufs contribuait à rétablir l'équilibre entre l'offre et la demande. Le troupeau national de ponduses tombait à une moyenne de 18,5 millions de poules l'an dernier, niveau bien inférieur à la moyenne de 1983 qui se révélait de 19,4 millions de poules.

La production baissait de trois pour cent pour atteindre les 25,7 millions de boîtes de 15 douzaines par rapport au niveau de 26,5 millions de boîtes en 1983.

Placements de poulettes

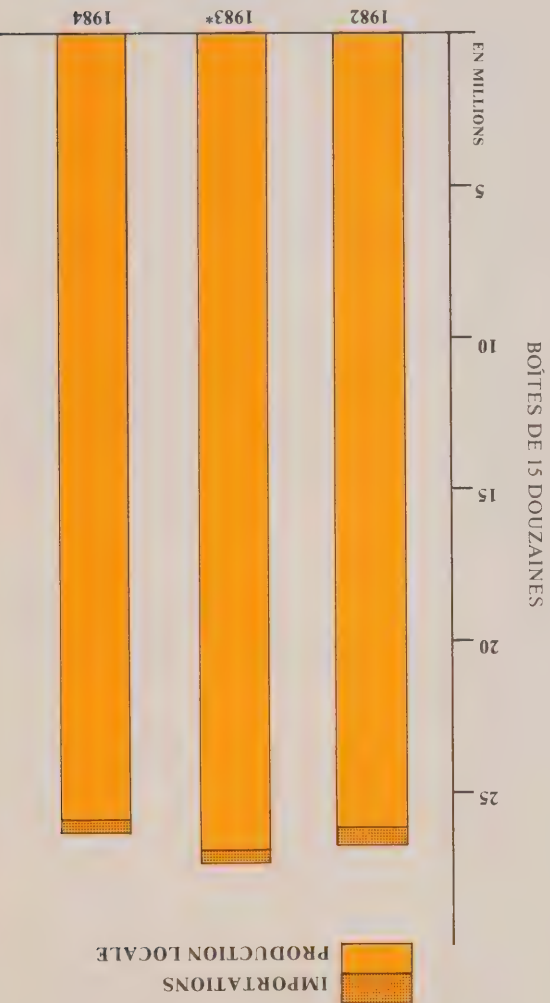
— en milliers

	1983	1984	Variation en %
Colombie-Britannique	2993	2819	-5,8
Alberta	2557	2421	-5,3
Saskatchewan	1094	1178	+7,6
Manitoba	3058	3047	-0,4
Ontario	9200	9056	-1,6
Québec	3609	3266	-9,5
Prov. Atlantique	2009	2037	+1,4
Total	24 520	23 824	-2,8

(À l'exclusion de l'effet des mouvements interprovinciaux et des importations de poulettes débutantes)

Source: Rapport sur le marché avicole  
Agriculture Canada

L'OFFRE — 1982, 1983, 1984



Chute des prix aux  
transformateurs

Les prix aux transformateurs ont connu une baisse abrupte en 1984, suivant les fluctuations des prix américains.

Les oeufs de calibre Gros vendus aux transformateurs de l'Ontario commençaient l'année à 1,05\$ la douzaine et, vers la fin de janvier, grimpaient à 1,45\$ avant que l'OCCO ne plafonne le prix à 95 cents.

Le prix est demeuré à ce niveau de 95 cents jusqu'à la mi-juillet auquel moment il commençait à chuter abruptement. Le prix des oeufs de calibre Gros terminait l'année à 63 cents.

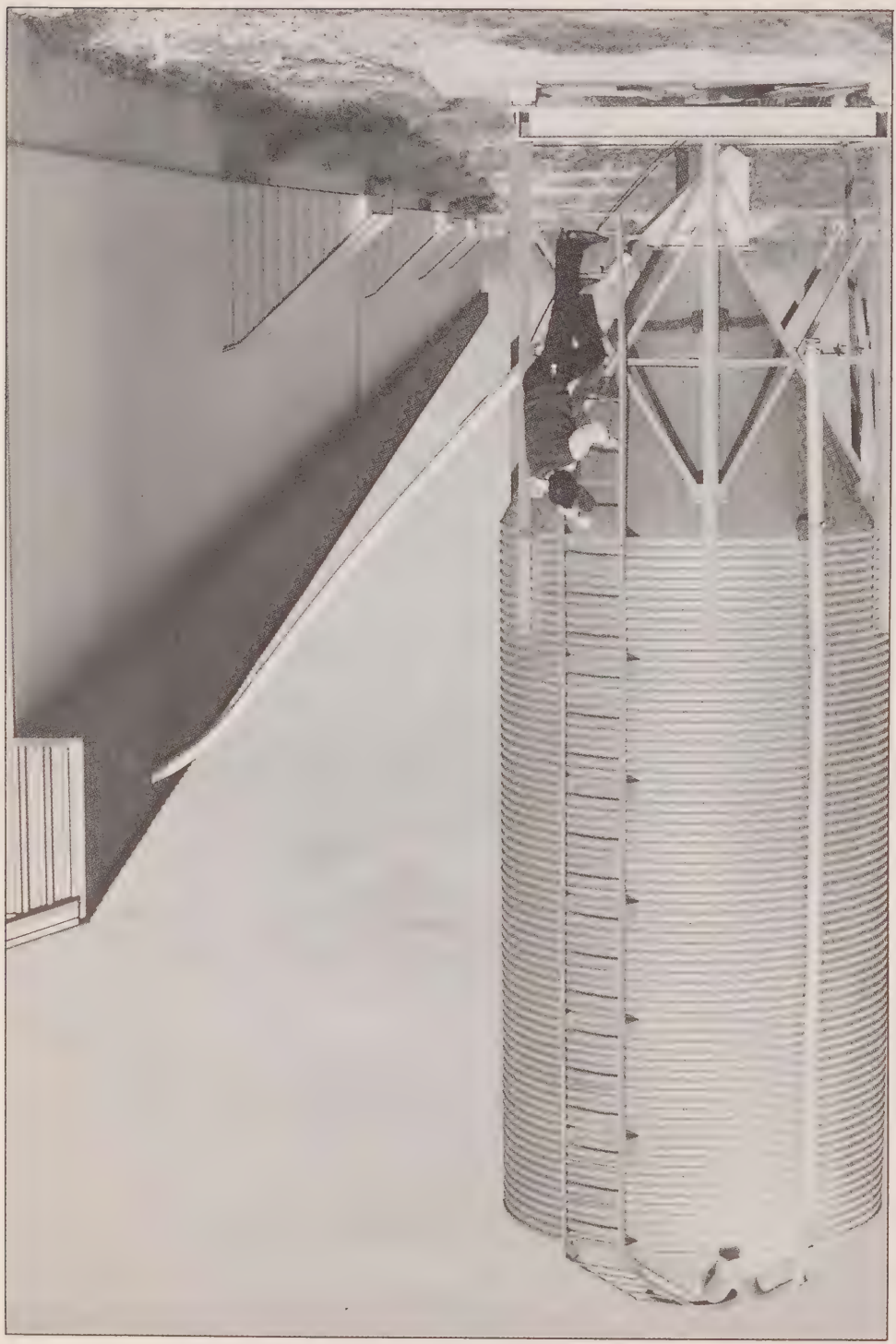
Les prix aux transformateurs sont fonction de ce qu'il coûterait pour les oeufs américains livrés au Canada de sorte que l'industrie locale de la transformation soit concurrentielle par rapport aux produits américains à base d'oeufs qui sont vendus au Canada.

Toutefois, les approvisionnements américains se sont révélés très serrés pendant la plus grande partie de l'année dernier étant donné les ravages de l'influenza aviaire dans le nord-est. Les prix américains ont, comme jamais auparavant, dépassé les prix canadiens.

Puisque les prix aux transformateurs sont étroitement reliés aux prix américains conformément aux dispositions d'une entente avec l'OCCO, les transformateurs canadiens devaient payer des sommes plus élevées que jamais.

Lorsque l'OCCO décida de plafonner ces prix à 95 cents, les transformateurs ont accepté de combler la différence entre le prix plafonné et le prix négocié lorsque les prix en question tombaient en deçà de 95 cents. Ils ont aussi accepté de payer des frais d'intérêt.

La somme de cette différence plus les intérêts a été réglée intégralement avant la fin de l'année.





## LES PRIX

**Les prix baissent régulièrement au cours du deuxième semestre de l'année**

Enfin, le prix des oeufs de catégorie A-Gros se trouvait, à la fin de décembre, à son plus bas niveau depuis 14 mois.

N'abordez pas le sujet de l'inflation avec les producteurs d'oeufs! En 1984, ils touchaient moins pour leur produit qu'en début d'année.

Le prix versé aux producteurs pour une douzaine d'oeufs de catégorie A-Gros, en fin d'année, était de deux cents de moins qu'au début de 1984.

C'est au début de chaque mois que l'Office canadien de commercialisation des oeufs fixe le prix du produit de catégorie A-Gros. Ce prix est calculé à l'aide d'une formule mathématique qui tient compte de principes comptables et économiques permettant de déterminer les coûts de production. Les ajustements de prix sont rapportés d'avance au Conseil national de commercialisation des produits de ferme du gouvernement fédéral.

Les prix des oeufs d'autres calibres sont également établis par l'OCCO, en consultation avec les offices provinciaux de commercialisation. Les prix en question sont fixés selon la demande pour chacun des calibres et les prévisions du marché.

Le prix moyen pondéré aux producteurs pour tous les calibres a débuté l'année 1984 à 97,2 cents la douzaine pour tomber à 95,1 cents durant l'été, remonter à 100,4 cents en septembre et terminer l'année à 96,3 cents.

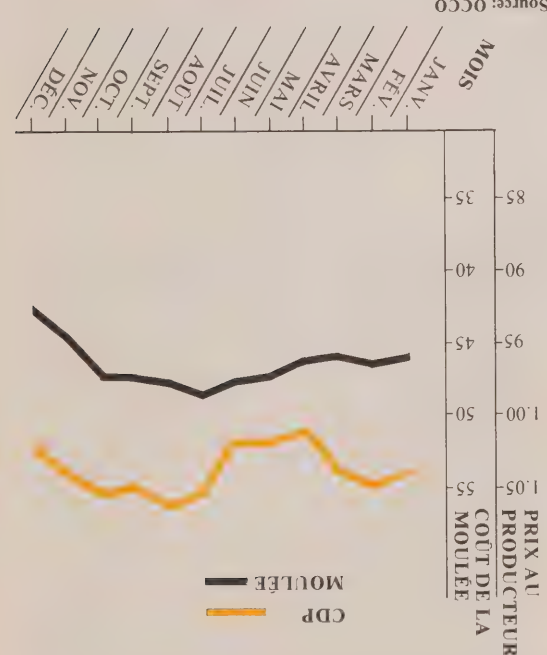
les ponduses écoulées.

Cette tendance à la modération a été interrompue par une baisse de trois cents en avril suite au déclin des coûts des poulettes étant donné que les producteurs recevaient davantage pour les ponduses écoulées.

Durant les mois de mai et de juin, les prix ont connu une certaine stabilité mais un autre changement important se produisait lorsque les prix de juillet augmentaient de quatre cents. Une hausse de un demi cent dans la redevance administrative répondait aux coûts plus élevés des poulettes et de la moule domant ainsi lieu à cette augmentation significative.

Ensuite, les prix ont baissé régulièrement pendant le reste de l'année, suite à la chute des taux d'intérêt et des coûts de la moule. Bien que l'Ouest canadien ait connu une sécheresse dévastatrice au cours des mois d'été et que les récoltes furent amoindries de façon dramatique, les prix de la moule étaient à la baisse. Ces prix sont établis sur le marché international et les récoltes fabuleuses de grain à provenir des États-Unis et dans l'Est canadien ont contribué à faire décroître les prix aux dépens des agriculteurs de l'Ouest.

## COÛTS DE LA MOULÉE PAR RAPPORT AUX COÛTS PROVINCIAUX DE PRODUCTION — 1984



Source: OCCO

## IMPACT RELATIF DES INTRANTS SUR LES COÛTS DES PRODUCTEURS

(COÛTS DES PRODUCTEURS DE L'ONTARIO AU MOIS DE DÉCEMBRE 1984)

INTÉRÊTS + RENDEMENT AU PRODUCTEUR 5,73%

REDEVANCE LOCALE 2,75%

REDEVANCE ADMINISTRATIVE 3,44%

CONVERSION À LA CATÉGORIE A-GROS 7,79%

POULETTES 16,88%

MOULÉE 42,02%

MAIN-D'OEUVRE 11,77%

AMORTISSEMENT 3,88%

FRAIS GÉNÉRAUX 5,73%

Source: OCCO



effort pour renverser la tendance à la baisse et rehausser la consommation.

## Un dernier mot...

Au cours des quatre dernières années, l'Office a connu un énorme succès dans la clarification de ses quatre responsabilités — les prix, l'approvisionnement, les excédents et le marketing. Nous avons aussi réussi à faire refléter ces mandats au sein de notre organisme.

Alors qu'il est relativement facile de

trouver un personnel professionnel qualifié sur le marché du travail, il est

pratiquement impossible d'obtenir les services d'une personne spécialisée

dans la gestion des approvisionnement-  
nouveaux venus à l'OCCO reçoivent

une solide formation dans ce domaine

avant de s'y sentir à l'aise.

Dans ce secteur, l'OCCO a obtenu les services d'un personnel hautement

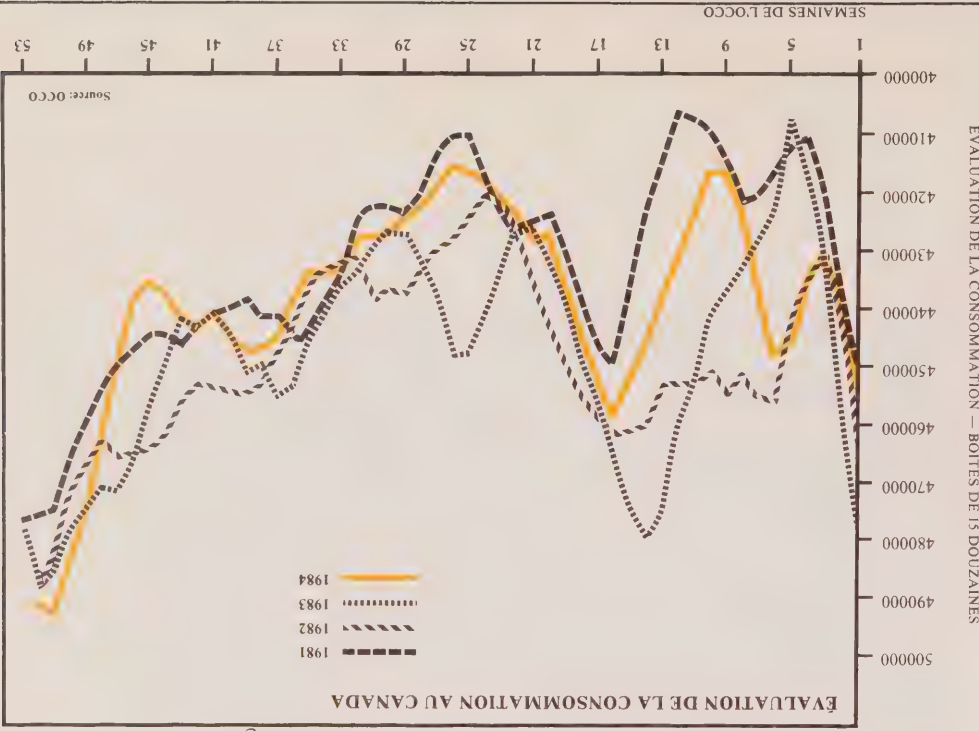
qualifié qui, avec le temps, a acquis l'expérience requise. Notre structure

peut maintenant répondre adéquatement aux besoins de l'industrie.

Je me considère fortuné de travailler avec un personnel compétent et je

désire remercier tous les employés pour un travail bien fait en 1984.

Jean Brassard,  
Directeur général



## Une année importante pour le programme de marketing

L'année en cours sera partagée en ce qui concerne le programme de mar-

keting.

En réponse à la grande controverse

au sujet de la publicité sur les denrées, l'Office a entrepris une recherche de

taille servant à évaluer l'efficacité de son programme de marketing. Lors de

tests effectués sur divers marchés d'un coin à l'autre du pays, l'Office évaluera

l'impact de la publicité sur la consommation d'œufs.

Les critiques de la publicité sou-

tiennent qu'il s'agit d'un gaspillage étant donné qu'un produit comme les

œufs n'a pas à livrer concurrence à des marques rivales. Toutefois, la ques-

tion demeure à savoir s'il y a concurrence entre les denrées et d'autres

produits. Par exemple, les œufs livrent-ils concurrence aux céréales

services au petit déjeuner?

Selon des rapports statistiques amé-

ricains, où l'on ne trouve aucun programme de marketing spécifique pour

les œufs, la consommation per capita a tombé à un rythme beaucoup plus

rapide qu'au Canada où de tels programmes existent. En Europe,

l'industrie de la production d'œufs entreprend de fortes campagnes pu-

blicitaires et promotionnelles dans un

ques dernières années a obligé l'Office de revoir ses marchés. Habituellement, 95 pour cent des œufs vendus au pays étaient destinés au marché de la consommation à table alors que le secteur de la transformation absorbait les cinq pour cent restants. Toutefois, ce rapport a récemment changé et le marché de table représente maintenant 85 pour cent des œufs vendus alors que la part des transformateurs s'est accrue à 15 pour cent.

Les œufs vendus à l'industrie de la transformation sont maintenant par-  
tainés par une redevance imposée sur les œufs destinés au marché de la table. Compte tenu de la tendance générale, est-il sage de s'attendre à ce que le produit de table continue de

parrainer les transformateurs?

L'OCCO a déjà commencé à traiter la question en révisant la définition du mot "transformateur", limitant possi-

blement l'accès au groupe de ceux qui achètent des œufs à des prix subventionnés. L'Office a aussi pris des mesures permettant de réviser le prix des transformateurs et s'adonne actuellement à l'étude du programme de achat dans le cadre duquel les œufs excédant les besoins des marchés de

table canadiens sont retirés chaque semaine des postes de classement. Malgré tout, il ne s'agit que de mesures à court terme. La situation ne pourra être résolue que par le biais de négociations basées sur un bon sens pratique, négociations avec tous les

## Système informatisé de surveillance des troupeaux

Les progrès de la technologie et l'informatique ont permis à l'OCCO d'apporter d'importants changements au niveau de la surveillance des trou-

peaux de sorte à assurer que toutes les provinces respectent les dispositions de l'Accord fédéral-provincial.

Cette technologie permet à chaque province d'assumer plus de responsa-

bilites en ce qui touche l'inventaire de

poules réglementées.

Sept provinces font maintenant

partie du réseau alors que les trois

autres ont des systèmes parallèles.

L'industrie des oeufs: une meilleure année mais encore de nombreux défis à relever

7,5 millions de dollars pour l'exportation de 936 819 boîtes, une différence de 8,9 millions.

En 1985, l'industrie des oeufs doit aborder des questions épineuses

Bien entendu, l'industrie des oeufs a luanagé les conditions améliorées du marché l'an dernier mais il existe encore bon nombre de questions à résoudre.

Les paiements en trop et en moins sont des problèmes inhérents à notre système d'établissement des prix, problèmes qu'il faut éliminer. L'Office s'adonne, depuis déjà plusieurs années, à l'élaboration de diverses propositions quant à l'établissement des prix mais n'a pu trouver une solution acceptable pour tous les Signataires de l'Accord fédéral-provincial sur la commercialisation des oeufs.

Il en est de même pour les contingents au delà de la base. La répartition des parts du marché au delà de la base originale s'est aussi révélée problématique et fit l'objet de longs débats entre les Signataires.

Bien que le critère propre à l'allocation des parts du marché soit décrit dans la loi et l'Accord fédéral-provincial pertinents, l'importance relative de chaque critère n'est pas précisée au delà d'une préférence établie pour l'avantage comparatif.

Cependant, l'avantage comparatif entre les provinces en ce qui touche la production d'oeufs est plutôt restreint par la politique céréalière du gouvernement fédéral. Cette politique appuie l'élevage du bétail dans les régions du Canada qui sont éloignées de celles où l'on produit les provenances.

À ce jour, toutes tentatives de quantifier les critères par le biais d'une formule mathématique quelconque n'ont pas obtenu l'appui des Signataires, ni de l'ensemble de l'industrie des oeufs. De sorte à progresser dans ce secteur particulier, il serait peut-être temps de faire abstraction de ces critères continuent et d'adopter une approche plus acceptable au problème.

Les tendances du marché changent à mesure que croît la demande des transformateurs L'évolution de la demande pour les oeufs au Canada au cours des quel-

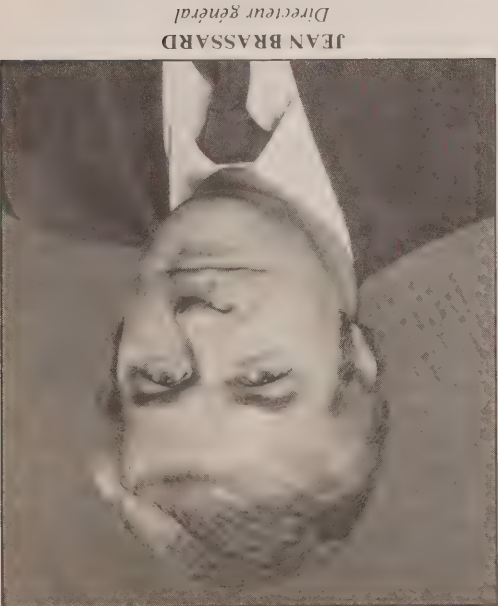
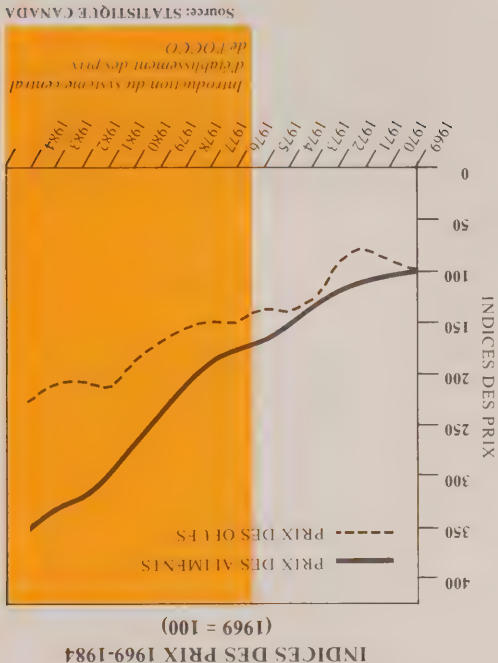
En 1984, l'industrie des oeufs a resserré la production pour ensuite faire bonne figure suite aux résultats plutôt décevants de l'année précédente. Au début de l'année, les producteurs subissaient une coupure de cinq pour cent dans les contingents mais les conséquences furent considérablement amoindries en fin d'année avec l'impressionnant changement qui se produisait dans le compte des producteurs pour l'exportation.

Encore une fois, les prix des oeufs étaient bien inférieurs à l'indice général du prix des aliments et le prix du produit de catégorie A-Gros terminait l'année à un niveau plus bas qu'il ne la commençait.

En 1984, les prix ont fluctué plus que prévu mais suivent, d'ordre général, le tracé anticipé. Durant le premier trimestre, les prix étaient stables, la production fut coupée de 3 pour cent en 1984 après avoir connu une hausse de 4,4 pour cent l'année précédente. La consommation du produit destiné à la table n'a décliné que légèrement suite à deux années pluriel stagnantes; toutefois, la différence était comblée par la forte croissance de la demande du secteur de la transformation en 1984.

Compte tenu de ce portrait de l'offre et de la demande, les exportations d'oeufs excédentaires chutaient. En effet, elles accusaient une baisse de 46,7 pour cent après une hausse de 124,4 pour cent en 1983. Cette réduction des excédents, combinée aux modifications de la redevance des producteurs vers la fin de 1983, a donné lieu à l'amélioration du bilan de l'Officine en rapport au compte des exportations.

En 1983, les producteurs déboursaient 16,7 millions afin de parer l'exportation de 1,8 million de boîtes de 15 douzaines. L'an dernier, ces mêmes déboursés étaient de seulement



JEAN BRASSARD  
Directeur général



Un court amendement de deux mots à la loi sur la gestion des approvisionnements

promotion, le maintien des systèmes de contingement et les activités de siège social. La redevance est incluse dans le prix établi selon la formule du CDP.

A la fin de l'année, le Ministère étudiait toujours la possibilité d'ajouter l'influenza aviaire à la liste des maladies rapportables.

Depuis que cette maladie a fait son apparition aux Etats-Unis en avril 1983, des groupes de travail fédéraux ont détruit plus de 11,5 millions de poulets dans la presque totalité de la Pennsylvanie, et plusieurs régions du Maryland et du New Jersey. En Virginie, un groupe de travail a détruit plus de 1,2 million de poulets.

Le coût total des indemnités versées et des programmes d'éradication de la maladie a été de plus de 80 millions de dollars.

nements.

Des amendements à la Loi avaient été proposés par l'ancien ministre de l'Agriculture, M. Eugène Whelan, le 29 juin, dernière journée au pouvoir de l'ancien gouvernement libéral.

Les amendements n'avaient toutefois pu être adoptés, faute d'un consensus. Ils auraient requis des Com-munes. Ils auraient accordé plus de pouvoir au Conseil national de com-mercialisation des produits de ferme et ouvert la voie aux producteurs de toute dentree.

Aucun statut officiel pour une maladie mortelle

Le gouvernement fédéral n'a pas ajouté l'influenza aviaire à la liste des maladies "rapportables" en 1984, malgré les pressions exercées par l'OCOC et d'autres représentants de l'industrie canadienne des oeufs.

L'OCOC a soumis au printemps une proposition détaillée à Agriculture Canada en faveur d'une compensation complète au producteur, advenant une poussée d'influenza aviaire du genre de celle qui a frappé l'industrie de la volaille du nord-est des États-Unis l'année dernière.

Le Ministère a donné à l'OCCE l'assurance que même si cette maladie mortelle n'avait pas de statut officiel, il n'hésiterait pas à imposer la quaran-



**DON HICKS**  
*Directeur (N.-B.)*



LORNE MacNEILL  
Directeur (I.P.-E.)



SCOTT SIMMONS  
*Directeur (T.-N.)*



Au lieu d'augmenter le prix des oeufs de quatre cents pour récupérer les sommes perdues au cours du gel de deux mois, l'OCCO a choisi de revenir graduellement à la formule du coût de production (CDP) d'établissement des prix afin d'atténuer le coup porté aux consommateurs. À la fin d'octobre, les producteurs ont touché une hausse de deux cents sur les chèques reçus. Une autre tranche de deux cents a été ajoutée en novembre pour combler la différence.

## Augmentation des ventes aux transformateurs et de la redevance domestique

Les administrateurs de l'OCCO ont approuvé une hausse de 7 cent de la redevance domestique lors de leur réunion de décembre, par suite de l'augmentation des ventes à l'industrie canadienne de la transformation. La demande canadienne pour les produits d'oeufs transformés a été, en 1984, de 25 pour cent supérieure à celle de l'année précédente, et les coûts du programme d'écoulement des excédents de l'OCCO ont donc aussi considérablement augmenté.

## L'OCCO a décidé de porter la redevance de 2,8 à 3,5 cents afin de faire face à cette augmentation des coûts.

L'Office a également entrepris une révision en profondeur de son programme d'écoulement des excédents en vue d'en réduire les coûts et s'est attaquée à la définition du terme "transformateur" afin de déterminer les compagnies qui auront droit d'accéder à des prix réduits. On s'attend à ce que les compagnies qui achètent des oeufs à rabais livrent une concurrence déloyale sur le marché des oeufs de table.

## Hausse de la redevance à l'administration, bonne nouvelle pour les provinces

Le Conseil d'administration de l'OCCO a approuvé une augmentation d'un demi-cent de la redevance à l'administration lors de sa réunion du mois de mai afin de couvrir les coûts plus élevés subis par les offices provinciaux de commercialisation des oeufs. Cette hausse a été sanctionnée par le Conseil national de commercialisation des produits de ferme.

La part provinciale de la redevance à l'administration était fixée à 1,5 cent la douzaine depuis 1976.

La redevance à l'administration sert à financer tous les services administratifs du système de commercialisation des oeufs, y compris la publicité et la

Les producteurs d'oeufs ne seront pas requis de payer une redevance plus élevée pendant au moins les six premiers mois de l'année 1985, ont décidé les administrateurs lors de leur réunion.

## L'OCCO plafonne les prix des transformateurs

L'OCCO a imposé un plafond au prix des oeufs versé par les transformateurs canadiens au début de l'année dernière, après qu'une pénurie d'approvisionnement des États-Unis eut poussé le prix des oeufs à des sommets sans précédent.

## L'OCCO plafonne les prix des transformateurs

Les administrateurs de l'OCCO ont décidé, lors d'une conférence spéciale le 31 janvier, d'imposer un plafond de 95 cents au prix des oeufs de catégorie A gros vendus aux transformateurs. Une clause prévoyait que les transformateurs devraient combler la différence — en plus des intérêts — entre le prix fixé par le contrat et le prix actuel quand le prix des oeufs baisserait sous le niveau de 95 cents.

Les prix sont ainsi demeurés plafonnés jusqu'au mois de juillet. Les prix consentis aux décoquilés sont traditionnellement liés à ceux en vigueur aux États-Unis pour permettre aux transformateurs canadiens de soutenir la concurrence offerts par les produits des oeufs américains vendus au Canada.

## Pas de changement à la redevance des producteurs en 1985

Les producteurs d'oeufs ne seront pas requis de payer une redevance plus élevée pendant au moins les six premiers mois de l'année 1985, ont décidé les administrateurs lors de leur réunion.



**BILL SCHMITKE**  
Directeur (Man.)



**BILL SCOTT**  
Directeur (Ont.)



**RAYMOND LAPANTE**  
Directeur (Que.)

geront le contingent additionnel de production.

Si le prochain ajustement des contingents était à la baisse et plaçait une province en deçà de sa part de base du marché, les provinces de l'Atlantique perdraient des ponduses. Mais, si le prochain ajustement était à la hausse, tout en demeurant en deçà de la base, ces provinces ne gagneraient pas de ponduses additionnelles.

En aucun cas ne sera-t-il demandé à ces trois provinces de produire moins que leur part de base du marché.

## Aucune modification des contingents en vue

Les parts provinciales du marché ne seront pas modifiées au cours du premier semestre de 1985. Ainsi en ont décidé les administrateurs de l'OCCO lors de leur réunion d'octobre. L'attribution nationale demeurera égale à celle de 1984, à 463,1 millions de douzaines.

## Plan d'établissement des prix rejeté malgré un avertissement

Pour une deuxième année consécutive, les Signataires du Plan national de commercialisation des oeufs ont refusé le consentement unanime requis pour apporter des changements au système central d'établissement des prix.

Malgré un avertissement de la présidente du CNCPP, Madame June Menzies, que "nous prendrons les mesures voulues pour mettre fin aux paiements en trop" si l'ancien système est retenu, la proposition a été rejetée par les Signataires lors d'un scrutin serré au cours de leur réunion du 15 mai à Ottawa.

Un tel geste du Conseil national de commercialisation des produits de ferme aurait pour effet de réduire les prix dans certaines provinces sans pour autant garantir un revenu plus élevé dans celles où il est actuellement insuffisant.

La proposition relative à l'établissement des prix était basée sur des coûts provinciaux de production et un système variable de rachat. Des critiques ont soutenu qu'un tel système ne réduirait pas les "soi-disant paiements

en trop" et ne ferait que déplacer le problème en encourageant le versement de primes. Ces critiques affirment aussi que le commerce traditionnel entre les provinces en serait perturbé.

Une motion en vue de mettre à l'essai cette proposition pendant une période de deux ans a aussi été battue.

Après ce double rejet, l'OCCO a immédiatement replacé les paiements pour le manque à gagner dans sa formule du coût de production afin d'assurer une compensation aux producteurs d'une province où le prix national baisse sous le coût provincial.

Ce mécanisme du manque à gagner a été suspendu lorsque le gouvernement fédéral est intervenu pour geler le prix des oeufs en septembre 1983. La nouvelle politique appliquée au manque à gagner a été approuvée par le Conseil d'administration le 16 mai et les versements sont effectués sur une base mensuelle, comme auparavant, mais ils sont maintenant calculés sur une moyenne de trois mois plutôt que sur une moyenne de douze mois. Cette modification permet au producteur de se remettre plus vite de ses pertes.

## Récupération de 1,9 million de dollars à la suite du gel des prix

Les producteurs ont pu récupérer l'année dernière la somme de 1,9 million de dollars qu'ils avaient perdue au cours d'une période de deux mois, en 1983, quand les prix des oeufs ont été gelés en vertu des directives du gouvernement fédéral.

Le gouvernement fédéral avait ordonné, en septembre 1983, de baisser de quatre à deux cents une augmentation des prix des oeufs lorsque les prix des oeufs de catégorie A gros, poussés par une hausse fulgurante des coûts des provenances, ont dépassé la limite imposée par le programme controversé des cinq et six. Une autre augmentation de deux cents qui devait se faire en octobre avait également été suspendue.

Le Cabinet a plus tard concédé, en octobre, qu'Ottawa ne pouvait unilatéralement imposer des restrictions sur les prix des oeufs à cause des accords existants avec les provinces et les producteurs.



WALTER DYCK  
Directeur (C.-B.)



FLOYD VAN SLYKE  
Directeur (Alb.)



TED WIENS  
Directeur (Sask.)



## RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

**Réduction de 5% des contingents au début de 1984**

L'année a commencé sur une note plutôt amère pour les producteurs d'oeufs du Canada.

L'OCCO a en effet décrété une réduction de cinq pour cent des contingents à l'été du pays pour résoudre le sérieux problème des excédents qui a affligé l'industrie tout au long de l'année 1983.

Par suite d'une production accrue et

d'une consommation stable, les exportations ont plus que doublé en 1983, provoquant une crise au sein des fonds des producteurs de l'Office. L'OCCO a dû emprunter de fortes sommes pour payer le montant requis de 16 millions de dollars afin d'écouler les excédents sur les marchés étrangers — soit 10 millions de plus qu'en 1982. Le fonds des producteurs enregistrait un déficit de 6,7 millions au début de 1984.

La réduction des contingents, bien que difficile à avaler, a apporté le soulagement voulu. À la fin de l'année, les exportations avaient connu une baisse de 47 pour cent et le déficit du fonds des producteurs avait été réduit de plus de cinq millions.

### Utilisation augmentée jusqu'à 97%

Les Signataires du Plan national de commercialisation des oeufs ont accepté à Ottawa le 15 mai, de permettre aux provinces d'utiliser jusqu'à concurrence de 97 pour cent le contingent qui leur est attribué. (L'Île-du-Prince-Edouard, Terre-Neuve et le Nouveau-Brunswick peuvent utiliser jusqu'à 100 pour cent de leur contingent.)

Précédemment, une province ne pouvait utiliser que 95 pour cent de son contingent, sinon des inspecteurs de l'OCCO procédaient à une vérification complète de son inventaire.

Les Signataires ont aussi convenu que toute nouvelle réduction éventuelle des contingents devrait se faire sur une période de trois mois au lieu d'entrer en vigueur à une date précise. Dans le but de mieux surveiller les inventaires provinciaux, l'OCCO a

mis au point et adopté l'année dernière un système informatisé de monitoring des troupeaux.

### La région de l'Atlantique sera témoin d'un ajustement des contingents

Après de longues discussions au cours de l'année 1984, le Conseil d'administration de l'OCCO a décidé, lors de sa réunion d'octobre, d'adopter une politique des contingents plus souple pour trois provinces de l'Atlantique.

La nouvelle politique reconnaît toujours la position particulière des producteurs de Terre-Neuve, de l'Île-du-Prince-Edouard et du Nouveau-Brunswick, mais tient également compte de ce qui pourrait être considéré comme un avantage injuste aux yeux des producteurs des autres provinces du Canada.

La Plan national de commercialisation des oeufs a été modifié en 1976 pour exempter ces trois provinces de toute réduction de contingents à cause de leur production limitée et de leur éloignement des grands marchés.

Au cours de ces dernières années, la part attribuée à chacune de ces trois provinces était supérieure à la part du marché prévue par le Plan. Le nombre de ponduses n'a pas varié, mais ces ponduses produisent davantage. Étant donné que le même nombre de ponduses produisent plus d'oeufs, ces trois provinces ont dépassé leur base de marché.

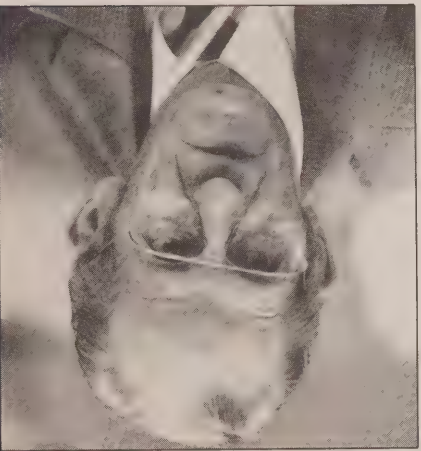
La nouvelle-politique adoptée par le Conseil d'administration permet aux trois provinces de l'Atlantique de conserver leurs niveaux actuels de contingentement jusqu'à ce qu'il y ait modification des contingents.

Si le prochain changement plaçait l'industrie dans une situation de production au delà de la base, c'est-à-dire que si la production nationale excédait la base nationale de 475 millions de douzaines, l'attribution de ces provinces serait déterminée au moyen d'une formule de partage du contingent au delà de la base par tout le pays.

Cette politique d'attribution de la production au delà de la base, qui n'a toujours pas été élaborée, déterminera la façon dont les provinces se parta-



**HAROLD CROSSMAN**  
Président



**DON NEWCOMBE**  
Directeur (N.-E.)



**DOREEN THOMAS**  
Directeur en province



L'Honorable John Wise,  
ministre de l'Agriculture,  
Messieurs les députés,

Dans le dernier rapport annuel, nous avons décrit les mesures que prennent les producteurs d'œufs du Canada pour rétablir l'ordre au sein de leur industrie. Les résultats qui se sont révélés plutôt décevants sur le marché ont été la cause de sérieuses pressions sur le programme d'exportation de l'Office en 1983 et nous avons été dans l'obligation d'emprunter de fortes sommes pour écouler les œufs excédentaires. Durant cette même année, les pourcentages de hausse de 4,4 pour cent, venaient une hausse de 4,4 pour cent.

Malgré les coupures de production, le Canada demeure un exportateur principal d'œufs. En 1984, les exportations d'œufs en coquilles ont dépassé les importations dans une proportion d'environ trois contre un.

La réponse au défi du marché l'an dernier souligne ce qui constitue, à mon avis, la véritable force de notre système de commercialisation des œufs. Tout simplement, c'est que celui-ci est dirigé par les producteurs.

Tel était l'objectif des architectes du système au moment d'en établir les grandes lignes en 1972. C'est ce qui fait le succès de l'industrie canadienne des œufs aujourd'hui alors que dans d'autres secteurs agricoles, les producteurs semblent être victimes de la dépression qui s'attaque de façon alarmante aux régions rurales du pays.

Malheureusement, la demande canadienne n'a pas suivi les gains au niveau des approvisionnements et il a fallu accroître nos exportations d'un pourcentage effrayant de 125 pour cent.

J'ai le plaisir, dans le présent rapport, de vous annoncer qu'en 1984, les producteurs sont revenus à la charge et que l'industrie des œufs se veut encore l'un des secteurs les plus viables de l'agriculture au Canada.

Je suis d'avis que l'an dernier, les producteurs ont réussi à faire valoir un point particulier. Ils ont montré qu'ils ne prenaient pas à la légère les responsabilités inhérentes à notre système de commercialisation des œufs. Lorsque l'Office s'est retrouvé dans l'obligation d'imposer une coupure de cinq pour cent dans les contingents, cela fut difficile mais ils l'ont acceptée.

Cette mesure était réussie! Les résultats de 1984 qui sont étalés dans ce rapport indiquent le rétablissement de l'équilibre sur le marché.

Qui plus est, les producteurs ont largement réduit le déficit occasionné par le programme d'exportation et je suis confiant que vers la fin de 1985, ce qui en restera aura complètement disparu.

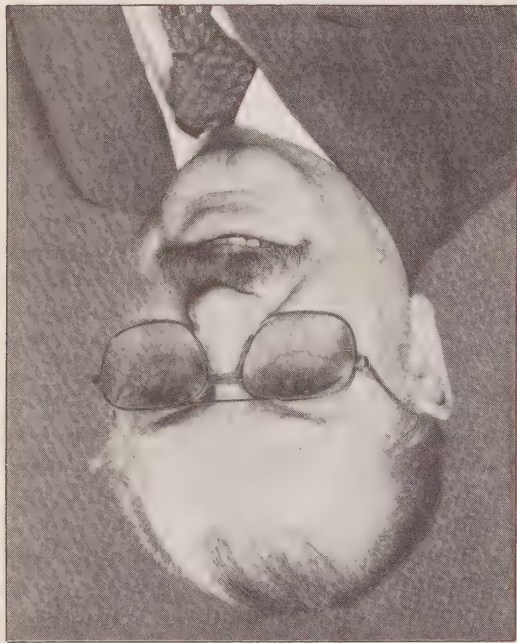
Après avoir servi l'Office canadien de commercialisation des œufs pendant douze ans, j'ai décidé de me retirer sur ma ferme en Saskatchewan. Nonobstant les défis et les frustrations qui ont caractérisé cette époque, ce furent tout de même de bonnes années.

Maintenant que je cède la place à mon successeur, je manifeste la préoccupation à savoir que le système de commercialisation des œufs, qui nous a si bien servi dans le passé, risque toujours d'être gêné par ceux qui sont d'avis que les producteurs sont incapables de gérer leur propre système. Il n'y a aucune raison de penser ainsi et les résultats de 1984 en font foi. Tout de même, on parle de remanier le système.

Sans doute, il sera toujours possible d'améliorer le système. Effectivement, celui-ci doit être suffisamment souple pour répondre aux besoins d'un marché dynamique. Toutefois, si des modifications s'imposent, j'incite fortement les législateurs à ne pas les apporter sans en avoir, au préalable, étudié les conséquences de façon approfondie. À cet effet, je vous invite à consulter l'Office et les producteurs d'œufs. C'est avec plaisir qu'ils vous prêteront leur entière collaboration.

Veuillez agréer l'expression de mes distinguées salutations.

Harold Crossman,  
Président

HAROLD CROSSMAN  
Président

**"Les producteurs sont la force  
du système de commercialisation"**

L'Office canadien de commercialisation des oeufs est un organisme statutaire, qui fut établi le 12 décembre 1972 par proclamation du Gouverneur général en Conseil. L'OCCO est responsable, en vertu de la loi fédérale régissant les offices de commercialisation des produits de ferme et d'un accord fédéral-provincial:

— d'établir le prix des oeufs à la ferme;

— de régir les approvisionnements nationaux;

— d'écouler les oeufs excédant les besoins des marchés locaux; et

— de promouvoir la consommation d'oeufs.

L'Office exerce ces pouvoirs en collaboration avec les offices provinciaux de commercialisation des oeufs.

**DOUZIÈME RAPPORT ANNUEL  
DE  
L'OFFICE CANADIEN DE  
COMMERCIALISATION  
DES OEUVES**

présenté au ministre de l'Agriculture  
l'honorable John Wise

au Conseil national de commercialisation  
des produits de ferme

et

à la Douzième conférence annuelle des producteurs

le mardi, 19 mars 1985  
Ottawa, Canada





# L'OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUF

1984



CA1  
DB55  
-R26



canadian  
egg  
marketing  
agency

1985





**Board of Directors of the Canadian Egg Marketing Agency — 1985**

**Front Row:** (from left to right): Don Hicks (N.B.), Don Newcombe (N.S.), Stan Steen (Chairman), Floyd Van Slyke (Alta.), Bill Scott (Ont.) **Back Row:** Bert Haneveld (P.E.I.), Raymond Laplante (Que.), Scott Simmons (Nfld.), Jean Brassard (General Manager), Bill Schmitke (Man.), Walter Dyck (B.C.), Ted Wiens (Sask.)

**13TH ANNUAL REPORT  
OF THE  
CANADIAN  
EGG MARKETING AGENCY**

**for presentation to  
The Honourable John Wise,  
Minister of Agriculture**

**National Farm Products Marketing Council**

**13th Annual Producers' Conference**

**Tuesday, March 25, 1986  
Ottawa, Canada**

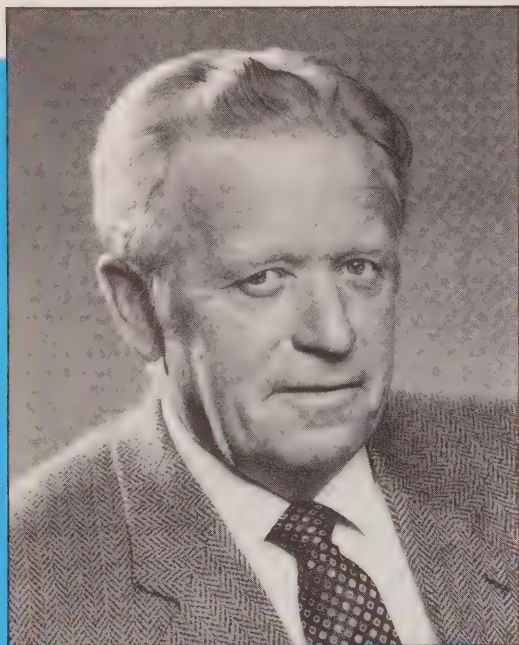
The Canadian Egg Marketing Agency is a statutory corporation established by proclamation of the Governor General in Council on Dec. 12, 1972. The agency is charged under federal legislation and a federal-provincial agreement to:

- set the farmgate price of eggs;
- regulate national egg supplies;
- remove surplus eggs from domestic markets; and
- encourage consumption.

These powers are exercised in conjunction with the provincial egg marketing boards.

# CHAIRMAN'S MESSAGE

2



STAN STEEN  
*Chairman*

The Canadian egg industry can look back upon 1985 as a watershed year in which a bold new course was charted for the industry's future.

The table egg market continued to be characterized by static demand. Consumption actually slipped marginally from the previous year's pace. Yet while the industry grappled with the problem of how to get Canadians to eat more shell eggs, growth in the market for processed eggs posed exciting new possibilities.

However, this development itself has created a serious problem for the Canadian Egg

Marketing Agency. The levy supporting the domestic processed egg market is no longer sufficient to cover the cost of sales to processors. Meanwhile, the levy which pays for CEMA's export program is more than enough since exports have been drastically reduced over the past two years.

Where does CEMA go from here?

To remedy these problems, the agency developed its Plan for Industry Growth, a comprehensive strategy for the egg industry's future.

The plan contains major cost-cutting initiatives, several of which have already been put in place. Consultations and negotiations with all members of the egg industry are proceeding in other areas.

CEMA has suggested in the plan that it throw the considerable weight of its marketing programs behind Canadian egg processors to develop markets for their products. Both the processors and producers stand to benefit from any further growth.

By working more closely with the processors, we anticipate to improve relations with this much-needed sector of the egg industry. Admittedly, our dealings in the past have been strained. If the egg industry is to get a much needed shot in the arm, we must work together as partners rather than face each other as antagonists. Improved relations between the processors and CEMA have to be the cornerstone of the Plan for Industry Growth.

Aside from the growth plan, there are challenges aplenty in 1986.

The partners in the national egg marketing plan must resolve the long-standing issue of provincial market shares. It has been allowed to fester for too many years and poses a serious threat to the stability of our national system.

Provincial pricing is another issue which we must contend with this year. It is imperative that we develop a pricing system that will ensure a fair return to producers in each and every province.

Free trade negotiations with the United States are slated for later this year. The stakes for Canada's egg producers are high. Without border controls regulating imports, our supply management system would crumble under the weight of American eggs. CEMA must prove to the federal government that we have a well-managed and effective marketing system supported by all provinces and all sectors of the egg industry. The egg industry must not become a bargaining chip to be dealt away for concessions in other areas.

These are the challenges that lie before us. I am confident that we will tackle them with energy and vigour, seizing them as opportunities to strengthen the Canadian egg industry.

As chairman of this agency, I pledge to work to ensure our industry has a place in this country's future.

Sincerely,

A handwritten signature in blue ink that reads "Stan Steen". The signature is fluid and cursive, with a long horizontal stroke at the end.

Stan Steen  
Chairman



## **CEMA: Egg marketing system no strain on federal coffers**

Politicians should resist any temptation to tamper with regulated egg marketing, CEMA said in a report to the federal government in May.

In response to Finance Minister Michael Wilson's invitation to comment on Canada's economy, the agency reminded the government that because egg producers have been allowed to operate a supply management system, unlike many farmers today, they are in no need of federal assistance.

The agency warned deregulation of the egg industry and subsequent removal of import controls would be disastrous for one of the few healthy sectors in Canadian agriculture.

"While CEMA appreciates the need for complete review of economic policy, we are concerned that application of broad policy initiatives could be detrimental to specific Canadian industries," the agency said in its report.

"Economic intervention of the kind that prevented the collapse of the Canadian egg industry in the early 1970s is more relevant today than ever before."

Supply management programs pay for themselves, CEMA reminded the government. Regulated egg marketing was launched with a \$100,000 federal grant in 1973. Since then, there have been no handouts from the public treasury.

## **Survey confirms fair egg prices, but poor response rate worrisome**

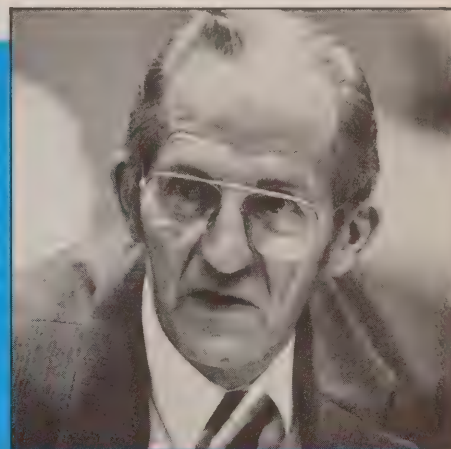
The cost of production formula used to set the producer price for Grade A large eggs was updated in June after CEMA's board of directors approved the findings of a two-year study of cost factors.

The agency's directors accepted the results of a national survey of producers conducted in the spring of 1984 to determine the actual costs of producing a dozen eggs. The results were also approved by the National Farm Products Marketing Council.

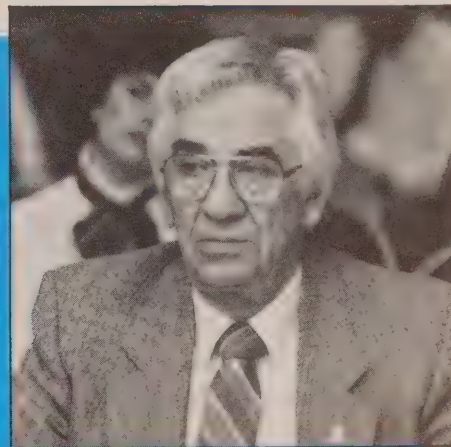
While the survey confirmed that the pricing formula had accurately reflected costs, both the agency and council were alarmed by the poor producer participation.

Almost half the producers asked to take part in the survey declined, causing some concern about the survey's credibility and the future of the pricing system.

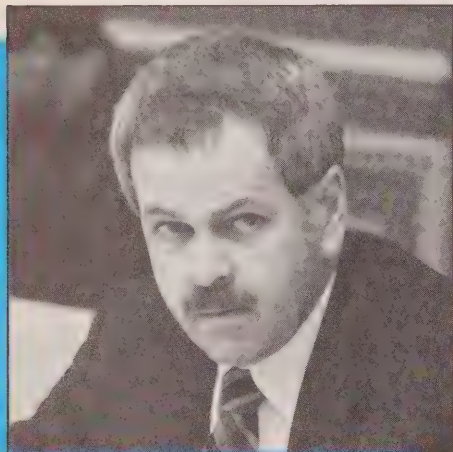
*(See pg. 14 for Cost of Production Committee Report.)*



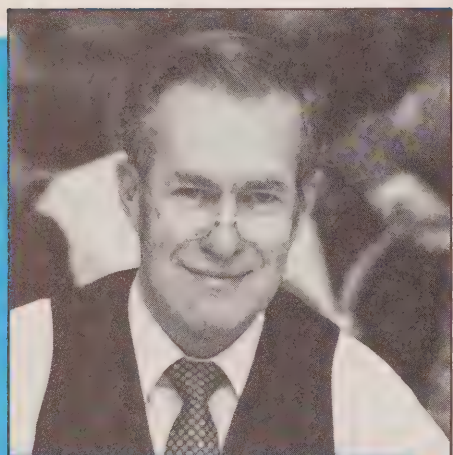
**DON NEWCOMBE**  
*Vice-chairman (N.S.)*



**FLOYD VAN SLYKE**  
*Second Vice-chairman (Alta.)*



**WALTER DYCK**  
*British Columbia*



**TED WIENS**  
*Saskatchewan*



**BILL SCHMITKE**  
*Manitoba*

## Compromise clears way for quota orders

An 11th hour compromise between CEMA and the NFPMC over quota orders staved off a serious threat to regulated egg marketing.

CEMA agreed to form a joint committee of council members and agency directors to resolve the overbase quota issue and in exchange council approved the quota orders.

In a ruling that threatened the underpinning of the supply management system, the council had rejected CEMA's quota orders for July 1.

The NFPMC found fault with the agency's calculations of national egg production following an appeal by the Alberta Egg Marketing Board. The council ruled May 30 after a formal inquiry that CEMA's estimate of 1984 production of 460 million dozens was about 31 million dozens too low.

According to the council, egg production had exceeded the original base of 475 million dozens established in 1972 which was divided as market shares among the provinces when the national egg marketing system was hatched. Provisions in the federal-provincial agreement on egg marketing, and also in federal legislation, require the agency to distribute more market shares when production exceeds that original base.

"There is sufficient reason to accept Statistics Canada estimates of egg production and in so doing (the council) is in the view that an overbase situation exists not only on the basis of the level of production of some provinces but also on a Canada total basis," said the council.

CEMA argued that hatching eggs, included in the Statistics Canada total, should not be counted in current marketings to determine egg production.

The timing of the council decision was critical. Word of the ruling reached CEMA scant days before the agency planned to put its quota regulations into effect. Without these orders, there would be no control over egg trade between provinces.

To avoid this situation, a last-minute agreement was struck with the NFPMC to form a special committee to resolve how over base quota would be shared among the provinces.

*(See pg. 18 for Overbase Committee Report.)*

## Both sides hail historic egg summit meeting

Representatives of Canadian and American egg producers were enthusiastic about their first formal meeting in Ottawa March 18 and pledged to meet again in 1986.

Top officials of CEMA and the United Egg Producers (UEP) discussed trade issues and common problems faced by their respective industries, including the cholesterol controversy.

UEP Chairman Doug Hoffer said the meeting was long overdue. "U.S. producers' concerns regarding trade were addressed in a frank and open manner. The result was a better understanding by Canadian and U.S. producers. The sharing of information concerning the number of eggs and egg products flowing both ways was most helpful.



# DIRECTORS' REPORT

5

"I believe U.S. producers were pleased with CEMA's efforts at reducing the surplus produced in your system that were being exported to the U.S. Especially in the last three years, there have been very positive moves made and we do appreciate that direction."

Hoffer described the cholesterol issue as the most serious threat facing the American and Canadian industries today. Even though not one definitive study has linked dietary cholesterol with heart disease, consumers continue to turn away from eggs, he said.

CEMA agreed to join the UEP and the American Egg Board as a partner in the Egg Nutrition Centre in Washington, D.C.

## **CEMA advises federal government to leave eggs out of trade talks**

CEMA urged the federal government not to use eggs as a bargaining chip in upcoming free trade talks with the United States.

"The outcome (of trade negotiations) is vital to Canadian egg producers," the agency said in its position paper on the free trade issue presented to Agriculture Minister John Wise in October. "These negotiations could lead to destructive changes in the General Agreement on Tariffs and Trade. They could also see a viable egg industry traded off in pursuit of potential gains in other sectors."

CEMA opposes any changes to the GATT which would eliminate border controls permitted by the agreement when a country has a national supply management system. If this were altered, effective supply management in Canada would be impossible.

Liberalization of trade agreements or withdrawal of import restrictions would prevent egg producers from recovering their production costs and cause severe contraction and costly realignment of the egg industry, said CEMA.

## **No change in levies for early '86**

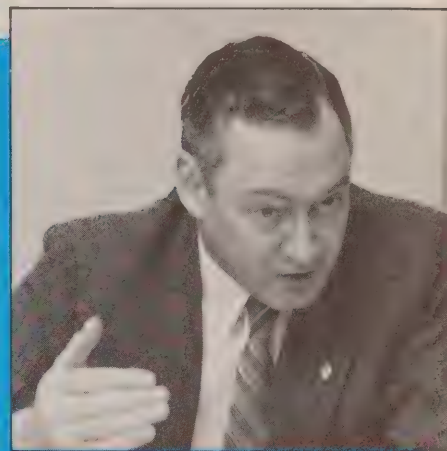
Levies for 1985 were extended for the first quarter of 1986 at the CEMA directors' final meeting of the year.

CEMA's share of the administration levy, which finances advertising and promotion programs, along with its day-to-day operations, was held at 1.5 cents-a-dozen.

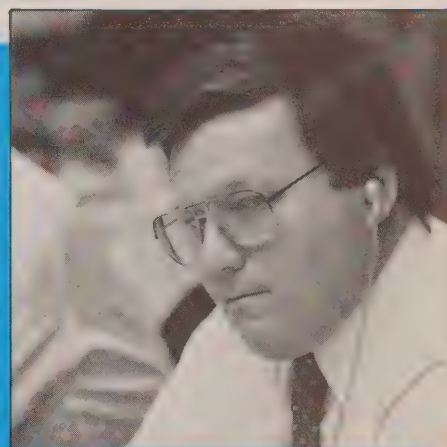
The levy which pays for the removal of eggs surplus to the table market remains 6.5 cents-a-dozen. Producers pay three cents of this levy directly out of pocket to support CEMA's export program. CEMA repeatedly attempted to reduce this levy as exports declined for a second year but the NFPMC steadfastly rejected its appeals.

The remaining 3.5 cents of the surplus levy, like the administration levy, is included in the farmgate price set by CEMA. It subsidizes sales to domestic processors.

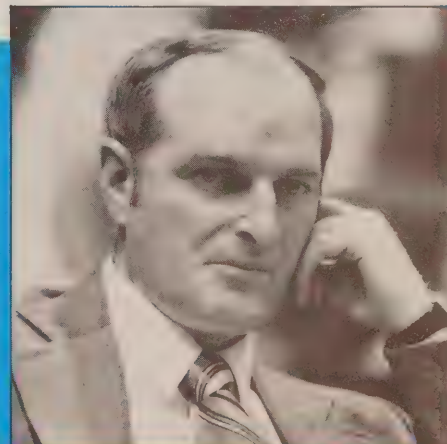
These levies have been approved by the council.



**BILL SCOTT**  
*Ontario*

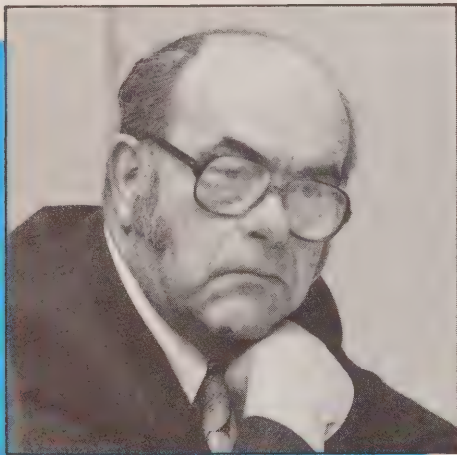


**RAYMOND LAPLANTE**  
*Quebec*

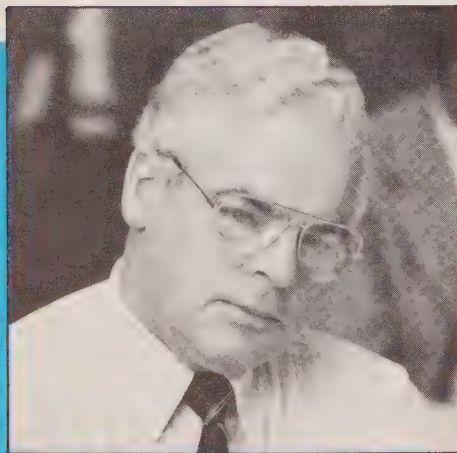


**DON HICKS**  
*New Brunswick*





**BERT HANEVELD**  
*Prince Edward Island*



**SCOTT SIMMONS**  
*Newfoundland*

## **Egg marketing pioneer retires**

The last of CEMA's founding fathers called it quits in 1985. CEMA Chairman Harold Crossman retired in February to his Saskatchewan farm after serving the agency since its inception in 1972.

Crossman's career spanned the entire history of organized egg marketing in Canada. He was at the forefront in the late '60s and early '70s when egg producers began to push for an orderly marketing system.

Crossman originally represented Saskatchewan producers on CEMA's board of directors and he was twice acting-chairman before his appointment as chairman in 1982.

When he stepped down, he was the last of the original board members still with CEMA.

## **No appointment made to fill director-at-large position**

There was an empty chair at CEMA's board of directors meetings for much of 1985 following the March departure of Doreen Thomas, CEMA's director-at-large since 1981.

Thomas, from London, Ontario, was appointed to successive two-year terms by former Liberal agriculture minister Eugene Whelan, who described Thomas as consumers' representative on the agency's board.

The position, one of two political appointments to the 12-member board, remained vacant for the rest of the year.

## **Veteran Ontario egg producer appointed to chairman's post**

After standing vacant for almost half a year, the top CEMA post was filled by Stan Steen, an egg producer and grader from Ariss, Ontario. Steen was appointed agency chairman Aug. 9 by Agriculture Minister John Wise.

Steen has worked in the egg business for over a quarter century. He's been active in egg politics for the past 10 years.

Steen served as a director on the Ontario Egg Producers' Marketing Board since 1976. He represented Ontario at the CEMA directors' table between 1977 and 1983.

For the past four years, he's worked for the Canadian Egg Producers Council on the International Egg Commission. He has headed the commission's supply management committee and now is chairman of its producers' committee.

## **GM resigns after five years on the job**

Jean Brassard, CEMA's general manager since 1981, submitted his resignation Dec. 12. The board of directors named Gib Shouldice, executive assistant to Brassard, as his replacement.

## Agency responds to market challenge

CEMA's Plan for Industry Growth, a response to a marked shift in the Canadian egg market, was the focus of management's attention for much of 1985. Although increased demand in the processing sector over the past two years is welcome news, it has placed a strain on agency finances.

Sales to processors have historically been supported by a levy on each dozen eggs marketed in Canada. This is a fixed levy and as sales to processors climbed, revenues from the levy failed to cover the full cost of the support program.

A proposal to increase the levy was rejected by the National Farm Products Marketing Council on the grounds that it is unreasonable to expect consumers to dig any deeper in their pockets to provide processors with a price break.

The Plan for Industry Growth addressed the problem of this fixed levy through cost-cutting measures.

After its initial release, the plan has been discussed widely in industry and government circles. Based on those discussions and at the request of CEMA's board of directors, management has revised the plan.

CEMA will not be purchasing shares in the processing industry as was first recommended by the plan. It had been suggested that by becoming a partner in the processing sector, the agency would be better equipped to implement cost-cutting programs while also lending its marketing expertise to promoting processed egg products. But the processors

expressed strong reservations about facing CEMA across the boardroom and the proposal was dropped.

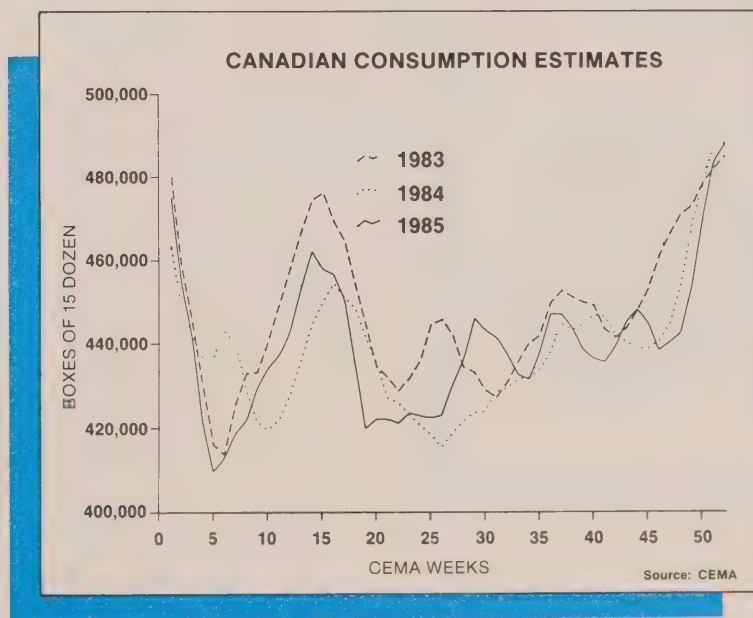
Also reacting to processors' concerns, the agency put on hold plans to store processed egg products during periods of weak demand for resale to breakers during periods of tight supplies.

Several cost-saving proposals, already implemented by management in some parts of the country, have been slowed in other regions to allow full discussion before a long-term commitment is made by the egg industry. These innovations include replacing cardboard boxes with plastic trays to ship eggs to processors. The trays are stacked on pallets which are easier and quicker to load. Substantial savings in handling and shipping costs have already been achieved where the plastic trays have been introduced. Several grading stations are now dyeing eggs "on-line." Since the dyeing takes place at the same time as grading, eggs identified as breaking stock can

be shipped directly from the grader to the processor. There is no need to ship them to a warehouse where they are unpacked, dyed and repacked before being sent along to the processor.

Management is looking ahead to a "nest-run" system where eggs will be sold on a weight basis to the processor without ever being graded. It stands to reason that if the processor doesn't care whether the eggs are graded or not, CEMA should not go to that unnecessary expense. Work has already commenced on a pricing system for nest-run breaking stock.

Last May, the signatories to the national egg marketing plan went home from a meeting in Hull, Quebec, with no concrete action taken on pricing and quota regulations. CEMA's management is continuing to work on proposals to resolve these contentious issues. The signatories entertained at the meeting a bid by the Northwest Territories to get into the egg business but they took no action on the Territories' request for quota.





## Egg prices fall sharply in '85

Reflecting lower feed costs, egg prices paid to producers plunged to a 30-month low by the conclusion of 1985.

The farmgate price for Grade A large eggs fell by six cents in most provinces over the course of last year. The exceptions were Manitoba, where the price was down four cents, and New Brunswick, where it dropped seven cents, due to differences in provincial costs.

Despite severe droughts in Western Canada last summer and wet weather conditions during the fall harvest, bumper grain crops elsewhere in the world depressed prices on domestic feed grain markets.

In January, an Ontario producer paid 41 cents for feed to produce each dozen large eggs. By December, the feed cost declined to 35.7 cents-a-dozen. Feed is the largest single cost in egg production.

Pullet costs were also down through 1985, reflecting the lower feed bills. The decline in pullet costs during the year ranged from 1.11 cents-a-dozen in Saskatchewan to 2.58 cents in Prince Edward Island.

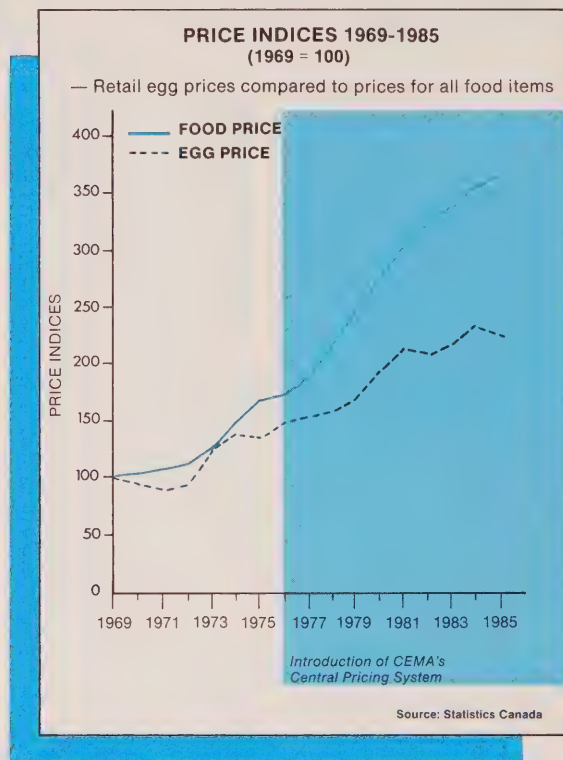
The drop in feed and pullet costs more than offset higher labour costs last year. Labour increases were between a low of 1.45 cents-a-dozen in Newfoundland and a high of 1.98 cents in British Columbia.

The price paid to producers for Grade A large eggs is determined at the beginning of each month by the Canadian Egg Marketing Agency. The price is calculated using a mathematical formula to determine egg production costs.

The agency reports the formula results to the federal government's National Farm Products Marketing Council before initiating any price adjustments.

Prices for other egg sizes — extra large, medium and small — are set by CEMA following consultations with the provincial egg marketing boards. These prices reflect the relative supply and demand for each size.

For the most part, egg prices paid by processors rose throughout 1985 but there was some tapering in the final month of the year.





Large eggs sold to processors in Ontario began the year at 55 cents-a-dozen — 50 cents less than a year earlier when an outbreak of Avian Influenza in the United States drove up the price of breaking stock in Canada.

The price increased steadily through the first quarter of 1985, declined during the second quarter before regaining momentum and building to a peak of 86 cents-a-dozen in November. The price dipped during the final month and closed the year at 70 cents.

The price paid by processors is also determined by CEMA and reflects U.S. egg prices. This allows the Canadian processing industry to compete for domestic markets on an equal footing with its American counterpart.

Since CEMA and the Canadian Poultry and Egg Processors Council failed to come to terms for a pricing contract for 1985, the pricing formula contained in the 1984 contract was used last year.

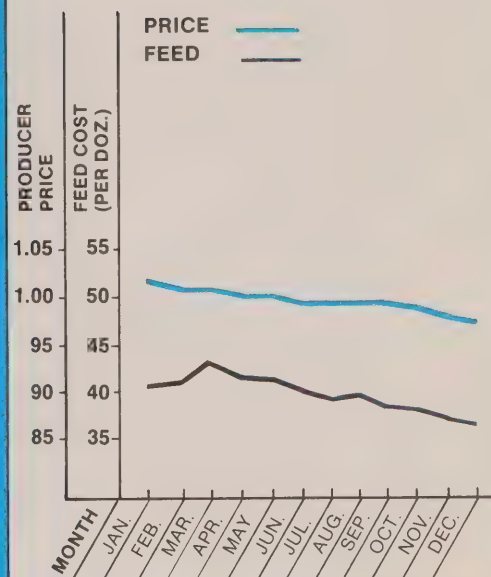
The price paid by Canadian processors is based upon what it would cost to land nest-run breaking stock from the U.S. Midwest in Toronto. The current exchange rate is included in the calculations.

The Canadian custom tariff of 3.5 cents-a-dozen is added along with a one-cent washing charge. A conversion factor of 2.5 per cent is included since the liquid egg yield from a 30-dozen case of heavy breaking stock in the U.S. is slightly more than a case of Canadian large eggs. The price paid by processors for other egg sizes is based on the liquid yield of 30 dozen compared to that from large eggs.

CEMA planned last year to add five cents to the two-cent orderly marketing levy contained in the 1984 pricing formula. The levy was increased by one cent in April and hiked another two cents in July. However, a two-cent increase scheduled for October was rescinded.

## FEED COSTS: IMPACT ON EGG PRICES

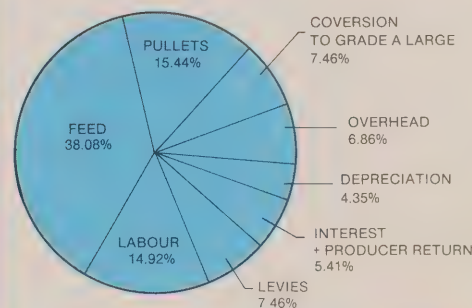
— Prices per dozen Grade A large in Ontario



Source: CEMA

## COSTS OF PRODUCTION

(based on Ontario producer costs as of December 1985)



Source: CEMA

# MARKETS: SUPPLY

10

## '84 quota cut evident in '85 supply

Egg production in Canada slipped slightly in 1985, reflecting the five per cent quota cut a year earlier.

Gradings fell to 25.6 million boxes of 15 dozen last year, down from 25.7 million.

CEMA ordered a five per cent quota cut for 1984 as it struggled to come to grips with swelling surplus. Before the quota cut, the surplus had ballooned by nearly 41 per cent, inflicting a heavy financial toll on CEMA's surplus removal programs.

The successful cutback was phased-in over the first three months of 1984, thus first quarter production in that year was still much higher than the corresponding period in 1985. Consequently, figures indicate overall production in 1985 was down as well.

While production in Quebec and the Atlantic provinces actually increased marginally last year, lower gradings in Ontario and the western provinces resulted in lower total production.

Ontario was again the leading egg-producing province with gradings of 10.5 million boxes.

Quebec ranked second with 4.2 million.

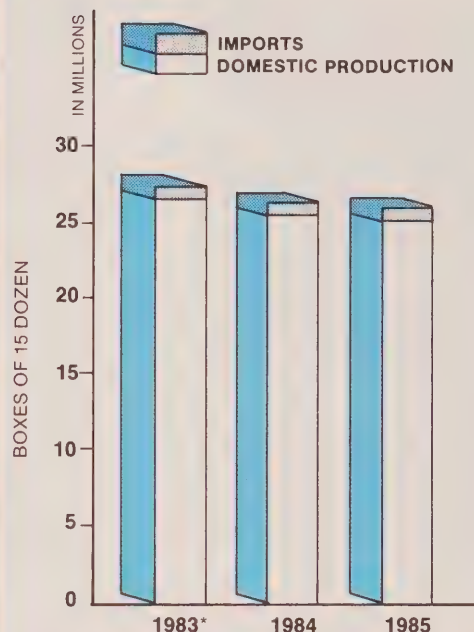
Almost half of the eggs produced in Canada last year were Grade A large — 13.4 million boxes or 49.7 per cent. Totals for other sizes were: X-large — 5.1 million (19.1%), medium — 5.9 million (21.8%), small — 1.2 million (4.6%).

There were 1.3 million boxes of peewees and Grade B and C eggs produced last year. (For the purpose of this annual report, these eggs are not included in production figures.)

The national laying flock declined last year to an average of 18.44 million birds from 18.48 million in 1984.

The average regulated flock size actually increased in 1985 to 10,535 birds, up from 9,871 a year-earlier, because there were fewer regulated egg producers. Last year, 64 producers left the egg business, dropping producer ranks to 1,848.

SUPPLY — '83, '84, '85



PRODUCTION + IMPORTS = TOTAL SUPPLY

\*Adjusted for comparison  
53 weeks in fiscal year 1983

Source: CEMA

## Chick Placements — in thousands

	1984	1985*	% change
British Columbia	2,828	2,923	+3.4
Alberta	2,435	2,452	+0.7
Saskatchewan	1,178	1,080	-8.3
Manitoba	3,051	2,980	-2.3
Ontario	9,125	9,026	-1.1
Quebec	3,274	3,165	-3.3
Atlantic Canada	2,046	1,964	-4.0
<b>Total</b>	<b>23,937</b>	<b>23,590</b>	<b>-1.4</b>

-Excludes the effect of interprovincial movements and imports of started pullets  
\*preliminary figures

Source: Poultry Market Report  
Agriculture Canada

## Dramatic jump in imports

Imports were up for the second year in a row in 1985. They increased 24.1 per cent — up to 410,284 boxes of 15 dozen from 330,649 boxes in the previous year.

The General Agreement on Tariffs and Trade allows countries with supply management systems to impose border controls on certain commodities. Under Section 11 of this international trade pact, Canada can restrict egg imports but it is obligated to accept a minimum number of eggs into the country each year.

Global import quotas are determined each year for shell eggs and set at 0.675 per cent of the previous year's domestic production.

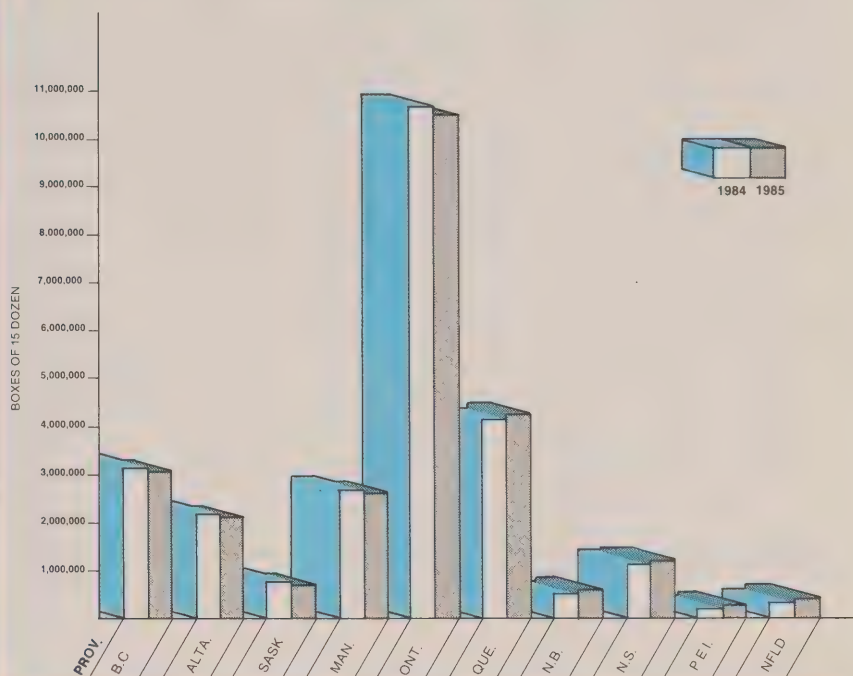
Similar provisions exist for processed egg products. The annual global quota for egg powder imports is based on 0.615 per cent of year-earlier shell egg production. The global quota for liquid and frozen eggs is 0.415 per cent.

The Special Trade Relations Bureau of External Affairs administers a permit system to regulate imports. Global permits are issued to traditional importers to meet Canada's minimum commitment. Beyond these global permits, the bureau can issue supplemental import permits to traders when requests cannot be filled by Canadian-produced eggs.

Last year, imports accounted for about 1.6 per cent of Canada's total egg supply.

A new round of trade negotiations by GATT-member nations is scheduled to begin late in 1986.

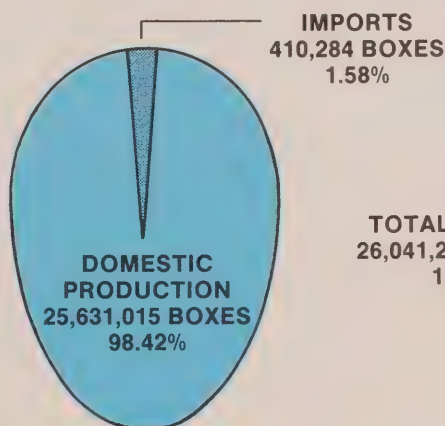
PROVINCIAL GRADINGS — '84 VS '85



Source: CEMA

SOURCE OF SUPPLY — 1985

BOXES OF 15 DOZEN



**TOTAL SUPPLY**  
26,041,299 BOXES  
100%

Source: CEMA



## Strong processor demand spurs optimism

The Canadian egg industry continued to be frustrated by stagnant demand for table eggs last year but the surging market for processed eggs has kindled new hope for increasing domestic egg sales.

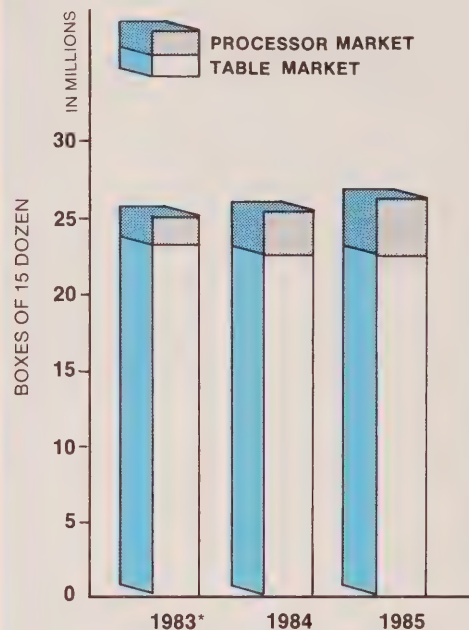
Overall demand in 1985 was 25.3 million boxes of 15 dozen — up from 25.1 million in the previous year.

Table market demand was virtually the same: 22.88 million boxes in 1985 compared to 22.90 million boxes in 1984.

However, the processing industry continued to grow last year, surpassing even 1984's performance when sales to breakers jumped a whopping 25.3 per cent. Processor demand was up a further 10.7 per cent in 1985.

In two years, the processors' share of the Canadian egg market has grown from about seven per cent to almost 10 per cent.

DEMAND — '83, '84, '85



\*Adjusted for comparison  
53 weeks in fiscal year 1983

Source: CEMA

## Healthier surplus picture in '85

Exports of surplus eggs were down significantly for the second year in a row as the quota cut ordered by CEMA for 1984 continued to pay dividends.

Surplus exports declined 24.7 per cent to 718,857 boxes of 15 dozen in 1985. In the previous year, exports were trimmed by 46.7 per cent from 1983 levels when the egg industry found itself buried under a mountain of surplus product.

Canada's egg producers pay for CEMA's export program directly; the cost of exporting surplus eggs is not passed along to consumers in the retail price.

Egg prices on world markets have been poor for several years with many egg-producing countries dumping surplus eggs at prices that fail to cover production costs.

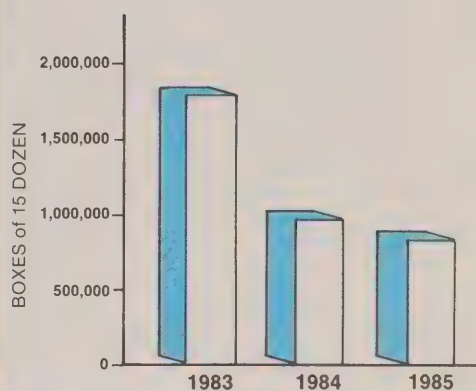
Some traditional markets for surplus eggs have dried up recently as third world nations established major egg operations in bids to achieve self-sufficiency in food production.

While CEMA is responsible for regulating egg production in Canada, it is virtually impossible to eliminate surplus entirely.

Historically, egg demand in Canada varies according to the time of the year. Demand is highest during the periods leading to Christmas and Easter, while it is substantially lower early in new year and during the summer.

If surplus production was eliminated completely, there would be drastic shortages of Canadian eggs at peak demand periods. The agency, therefore, sets production levels to meet Canadian requirements for most of the year, realizing that it must contend with surplus when demand is down.

EXPORTS — '83, '84, '85



Source: CEMA

# COMMITTEE REPORTS

14

## COST OF PRODUCTION COMMITTEE

### Pricing formula is updated

The formula used by CEMA to set egg prices at the beginning of each month was updated in 1985.

To put the Cost of Production Committee's work last year in its proper time frame, it should be noted the COP survey was conducted in the first half of 1984 for the collection of 1983 data.

The analysis of egg production costs, subsequent discussions by the committee and the National Farm Products Marketing Council, both unilaterally and jointly, occurred early in 1985.

The 1983 data was used for the first time to set the June '85 price. The impact of the updated data on the national average cost of production was to lower that average by 0.8 cents-per-dozen. Lower pullet and feed costs more than offset increases in labour, depreciation, overhead and interest. The overall decrease reflected both productivity gains and some improvement in statistical methodology.

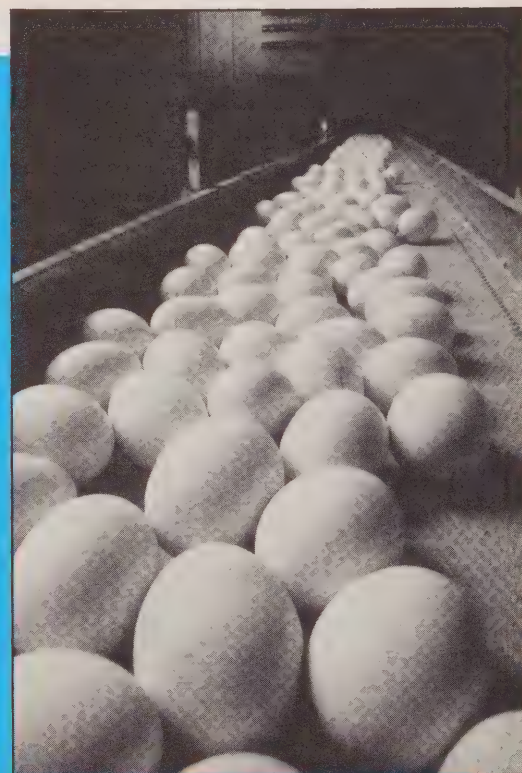
The next COP survey is scheduled for early 1987 when egg producers will be asked for their production costs in 1986. This represents a three-year interval between survey updates — the same interval that preceded the most recent survey of 1983 costs.

The Cost of Production Committee will be active in 1986 preparing for this next survey. These preparations include a detailed review and revision of the survey questionnaire and the analytical methodology. The committee will also address some important policy questions relating to selection of the sample population (the previous surveys have been limited to producers with 10,000 to 50,000 birds) and the collection and use of provincial data.

The committee is particularly concerned about ensuring the fullest possible participation of producers selected at random for the survey. Excessive difficulties were encountered in this regard during the last survey. The active co-operation of provincial boards and individual producers will be sought to ensure an improved response.

The National Farm Products Marketing Council is actively involved in the work of the Cost of Production Committee.

Members: David Kirk  
(Chairman)  
Bert Haneveld  
Bill Schmitke  
Bertrand Cloutier  
Fred Krahn  
Bill Scott  
Maurice Tovel  
(NFPMC)





## CONSULTATIVE COMMITTEE

### Producers, processors and consumers

The Consultative Committee acts as an advisory body to CEMA in all aspects of the agency's operations and policies which affect the interests of those represented.

Under the Federal-Provincial Agreement, the committee has been established to represent the interests of producers, processors and consumers.

At its two meetings in 1985, the Consultative Committee examined the agency's Plan for Industry Growth and its proposal for a provincial pricing system.

It also reviewed current research projects for the development of new egg products and discussed the roles of agency and the provincial egg boards in assuring only top quality eggs reach consumers.

While last year the Consultative Committee was concerned mainly with the agency's operations, it will explore more actively in 1986 how the agency's policies affect the various groups represented on committee. It will make recommendations to CEMA which it is hoped will help to make the agency work more harmoniously with its associates.

Members: Linda Boxall  
(Chairman)  
Allan Mattison  
Tony Greaves  
Jake Siemens  
R.E. Martin  
Bernie McKinley  
Craig Hunter  
R.M. Anderson  
Walter Metzger  
Brian Dahms  
Dina D'Ermo  
Marilyn Lister



# COMMITTEE REPORTS

16

## BUDGET COMMITTEE

### Fixed revenue poses threat

The budget process came under especially close scrutiny in 1985 as the agency strived to maintain operations and activities in the face of fixed revenue and rising costs.

CEMA is funded by an administration levy on each dozen eggs marketed in Canada. The agency's share of this levy, 1.5 cents per dozen, is unchanged.

The Budget Committee visited each department Aug. 21 and 22 to review 1986 plans and budget requirements. The committee met each staff member and was briefed on their functions. This helped the committee relate the person-weeks in the budgets to the department's workload.

The committee then directed managers to "fine-tune" their budgets and identify any areas where it would be possible to cut costs. The committee recommended that the board of directors determine the priority of each departmental project and program and decide which could be eliminated.

The board was cautioned by the committee that under the present restraints imposed by the 1.5 cent levy the efficiency of the agency's management could be impeded. With fixed revenues and rising costs, productivity and effectiveness are threatened, the board was told.

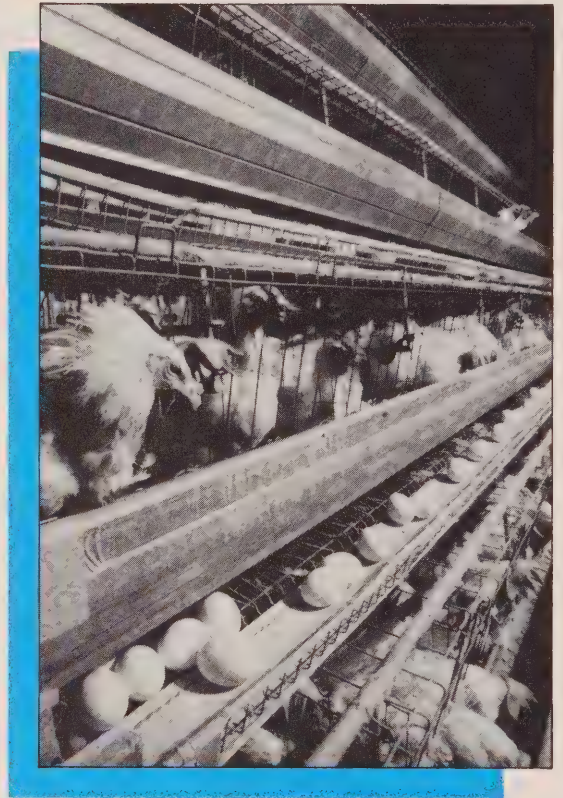
Members: Bill Schmitke  
(Chairman)  
Bill Scott  
Ted Wiens

## AUDIT COMMITTEE

### 13-year relationship continues

The Audit Committee authorized CEMA's management at its meeting Nov. 12, 1985, to retain auditors Touche Ross and Co. The firm has been engaged to audit CEMA every year since the agency began operations in 1973.

Members: Scott Simmons  
(Chairman)  
Floyd Van Slyke  
Don Newcombe





## SURPLUS REMOVAL COMMITTEE

### Shipping and handling costs trimmed

The ad hoc Surplus Removal Committee continued work begun late in 1984 to cut the cost of removing eggs surplus to domestic table markets. The committee recognized early in its work that the major cost savings at this time were to be achieved, not at the farmgate, but at grading stations.

At the outset, the committee made a statement that CEMA would pay a fee for services incurred in this program. Although this was a very open-ended commitment, in all subsequent negotiations, the agency has tried to live up to it. However, as must be expected in implementing an ambitious program of this nature, there have been difficulties in determining just what represents an equitable fee for services. CEMA has held lengthy negotiations with graders and processors to ensure fairness to all partners in the egg industry.

One of the major cost-cutting measures, "on-line dyeing" at the grading station, was accomplished very quickly in the program. The traditional method of dyeing eggs at warehouses after they had been graded and packed cost CEMA one-and-a-half cents per dozen. Now dyeing takes place at grading stations, cutting the cost by a full penny a dozen.

Every cent per dozen saved by this system adds up to an overall saving of between \$350,000 and \$400,000 per year.

The second phase of the new surplus removal program, "deboxing," was firmly established in 1985 and should be in full swing early in 1986. Instead of packing the eggs in cardboard boxes, they are placed on reusable plastic trays which are stacked on pallets. The cost of packing materials has been substantially reduced.

CEMA has reached an agreement with the processors on compensation for handling and washing costs for plastic trays for the balance of 1986.

The agency is now looking ahead to a two-year test period for "nest-run" sales to processors. Under this proposal, breaking stock will not be graded, thereby further reducing handling costs. However, such a system requires CEMA to develop a new pricing system since producer prices are now set for graded product only.

Members: Ted Wiens  
(Chairman)  
Brian Dahms  
Bob Anderson  
Don Newcombe  
Maurice Tovel  
Bob Feldman





## OVERBASE COMMITTEE

### Council ruling prompts market share study

When the NFPMC ruled May 30 in favour of an appeal by the Alberta Egg and Fowl Marketing Board, that the national egg marketing system was in an overbase situation, it dictated changes to provincial quota allocations. In its judgment, the council accepted Statistics Canada figures which indicated domestic production had exceeded the original market base of 475 million dozens a year rather than production levels cited by CEMA. The agency's figures, which do not include post-1972 growth in hatching egg production, showed production was still below the original base.

The base was set in 1972 when the national egg marketing system was created. The national allocation and the market share for each province was determined on an historical basis by taking an average of the previous five years' egg production.

According to federal legislation and the federal-provincial agreement, when production exceeds the original base, additional market shares must be allocated to the provinces. Following the council's decision, the required adjustments to the provincial quota allocations could not be immediately agreed upon.

To resolve this problem and to allow CEMA to extend existing quota orders, an ad hoc committee was formed at the end of June 1985. This joint committee — three members from the NFPMC and three CEMA directors — is formally known as the Committee to Examine the CEMA Quota Allocation Process but is more commonly referred to as the ad hoc Overbase Committee.

The mandate of the committee is to clarify the legal issues surrounding the provincial quota allocations, examine the available statistics and make recommendations for resolution of the problems.

The legal constraints have been reviewed with the CEMA and NFPMC solicitors. The available statistics and their accuracy have been reviewed with the respective staffs and with Agriculture Canada and Statistics Canada.

The problems involved have been reduced to four concerns:

1. Whether or not the Statistics Canada hen inventory adjustments derived from the 1981 census yield the best source of information for judging the existence of an overbase situation.
2. Whether or not the increase in hatching egg production since the base period should be taken into account as part of the egg marketings for the purpose of determining the existence of an overbase situation.
3. Whether an overbase situation is triggered by individual provincial production as well as by total Canadian egg production.
4. Whether in the administration of the penalty system the egg allocation can be or should be converted into regulated hen numbers according to a national average rate of lay or a provincial rate.

The final report of this Overbase Committee, due in 1986, will summarize the background to these questions, review the options available and make recommendations.

Members: Ralph Barrie  
(Chairman)  
Maryon Brechin  
Eric Hammill  
Don Newcombe  
Bill Scott  
Floyd Van Slyke

## MARKETING COMMITTEE

### "Reaching out to consumers"

The Marketing Committee evaluates proposals and reviews activities of the Marketing Department and subsequently makes recommendations to the Board of Directors.

CEMA placed special emphasis in 1985 on the foodservice sector — hotels, restaurants, hospitals, cafeterias — in recognition that this industry accounts for at least 20 per cent of all shell egg consumption.

In cooperation with the Canadian Federation of Chefs de Cuisine, CEMA created an innovative competition for student and apprentice cooks. The "Extraordinary Egg Recipe Competition" drew entrants from Nanaimo to Charlottetown — with winners, coincidentally, from both cities.

To strengthen its bond with the industry, the agency conducted two joint promotions, one national in scope with Delta Hotels, another regional (Ontario and Quebec), with a chain of 163 outlets. Both were featured in a new publication for the food service industry, "Winning with Eggs."

The agency expanded its point-of-sale materials, such as tent-cards, menu clip-ons, to include five new menu items — three desserts and two appetizers.

CEMA also introduced in 1985 a new concept for restaurants and lounges: a self-contained "Omelette Bar", at which patrons can select from a variety of ingredients to create their own customized omelette. The omelette bar was featured at six of the eight provincial foodservice trade shows, in cooperation with the respective provincial egg marketing boards.

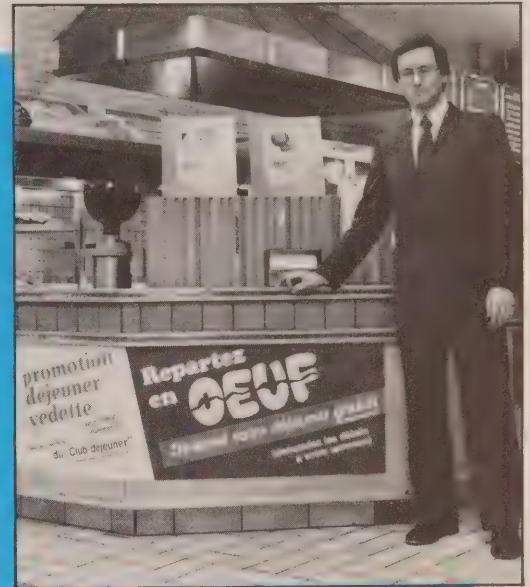
On the consumer front, CEMA's 1985 marketing plan was designed to reach out directly to egg users to stimulate increased consumption. Through a series of consumer interviews, the agency had determined in mid-1984 that women, 18 to 49-years old, are the major purchasers of eggs. The interviews also revealed that their buying decisions are largely influenced by other family members. Women between 18 to 35 are particularly influenced by their children.

A multi-media campaign was built around egg spokesman Alex Baumann, the Olympic gold medal swimmer, to encourage kids to ask for eggs more often and to make mothers feel good about serving them.

The campaign marked CEMA's return to TV after a four-year hiatus. The commercials were complemented by radio spots and full-colour ads in national consumer magazines. A billboard campaign in early summer supported and strengthened the year-long program. Several provincial marketing boards supplemented the national campaign by purchasing additional media space, using materials supplied by the agency.

The Marketing Committee noted improved communications in 1985 between the provincial marketing boards and CEMA. Two joint seminars hosted by the national agency played major roles in co-ordinating advertising and promotion efforts.

Following the success in 1984 of the recipe book "Egg Magic with Microwave," a second microwave recipe book was developed. This latest cookbook introduces children to



*"CEMA placed special emphasis on the foodservice sector."*



*"A multi-media campaign was built around egg spokesman Alex Baumann."*



# COMMITTEE REPORTS

20

microwave cooking using eggs. Titled "Microegg Meets the Munch Bunch", this bright, safety-conscious booklet was hailed by food editors across the country.

In addition to its media advertising, CEMA issued a series of recipe press releases to Canada's food editors. The agency also participated in joint retail promotions with food product companies and the Dairy Bureau of Canada.

Market research continued to be a major activity of the Marketing Department. During 1985, the department commissioned a number of studies, including evaluations of foodservice point-of-sale materials and TV commercials, and a survey of consumer attitudes towards the cholesterol issue. The department also received regular reports on egg sales at the retail level.

In response to concerns expressed by the provincial board and egg producers about the cholesterol issue, CEMA joined the Egg Nutrition Centre in Washington, D.C. Founded by the American Egg Board and the United Egg Producers, the centre monitors clinical research relating to eggs and cholesterol and acts as a resource centre for its members. The Egg Nutrition Centre also responds to requests for information from the media and, when necessary, points out when coverage of egg-related issues is inaccurate or incomplete.

CEMA has already conducted a research study of attitudes on nutritional matters among professional dieticians in Canada. This study was patterned after a similar study of U.S. dieticians conducted by the Egg Nutrition Centre.

An unusual public relations opportunity was presented by the agency's involvement with Alex Baumann. CEMA commissioned a painting of

Baumann by famous Canadian artist Ken Danby — a painting created with eggs. Egg tempera is a medium for which Danby has earned an international reputation.

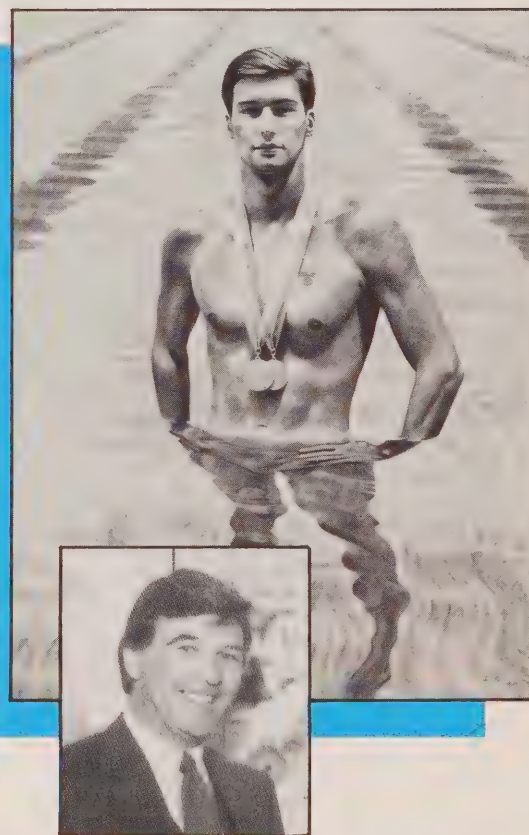
From the original work of art, a limited edition of numbered prints, signed by both the artist and the athlete, are for sale from the Canadian Amateur Swimming Association. The proceeds are being used to help amateur swimming in Canada.

Last year, CEMA began promoting "in-lid" printing where an advertising message is imprinted inside the lid of foam egg cartons. Three different designs, each featuring a recipe, were created by the agency. The largest foam carton manufacturer in Canada agreed to encourage widest possible usage of the messages by waiving the usual imprinting fees. This was a very positive step toward reaching consumers when they are most likely to respond to a recipe — at the very moment of opening the egg carton.

CEMA's classroom campaign was expanded in 1985 to include a companion educational booklet to the "Extraordinary Egg" film. A comprehensive teacher's guide completed the classroom package, which is used as a resource by school boards across Canada.

Basic research at Canadian colleges and universities into new egg uses was increased to include several additional projects in 1985. In recognition of this important investment in the egg industry's future, CEMA added a New Products Development manager to its staff in mid-year.

Members: Walter Dyck  
(Chairman)  
Raymond Laplante  
Don Hicks  
Bill Scott



*"CEMA commissioned a painting by famous Canadian artist Ken Danby."*



# STATISTICS: CONSUMPTION ESTIMATES

21

## CANADA CONSUMPTION ESTIMATE

WEEK 1985	GRADE A GRADINGS (C.D.A.)	5-WEEK MOVING AVG.	IMPORTS (C.D.A.)	SURPLUS BREAKER	SURPLUS EXPORTS	TRADE EXPORTS	TABLE DISAPPEAR.	CUMULATIVE WEEK-AVG.	5-WEEK MOVING AVG.
(Boxes of 15 Dozen)									
1	496,003	99,201	0	45,179	46,951	0	403,873	403,873	80,775
2	498,552	198,911	0	60,257	40,849	0	397,446	400,660	160,264
3	519,822	302,875	0	64,499	29,492	0	425,831	409,050	245,430
4	499,173	402,710	0	63,539	31,382	0	404,252	407,851	326,280
5	504,224	503,555	0	60,203	26,381	0	417,640	409,808	409,808
6	500,258	504,406	2,994	60,309	23,870	0	419,073	411,353	412,848
7	500,910	504,877	1,500	48,522	26,792	0	427,096	413,602	418,778
8	501,000	501,113	3,552	48,620	16,149	0	439,783	416,874	421,569
9	515,560	504,390	4,066	49,754	26,395	0	443,477	419,830	429,414
10	500,956	503,737	4,500	53,181	10,467	0	441,808	422,028	434,247
11	500,556	503,796	13,523	65,235	15,439	0	433,405	423,062	437,114
12	494,402	502,495	6,695	39,088	7,846	0	454,163	425,654	442,527
13	499,253	502,145	27,726	25,761	7,394	0	493,824	430,898	453,335
14	493,275	497,688	20,938	14,176	11,700	0	488,337	435,001	462,307
15	477,084	492,914	3,000	28,592	30,688	0	420,804	434,054	458,107
16	493,022	491,407	0	36,463	29,635	0	426,924	433,609	456,810
17	487,202	489,967	3,366	37,835	27,700	0	425,033	433,104	450,984
18	481,980	486,513	3,000	42,204	28,239	0	414,537	432,073	435,127
19	475,518	482,961	1,500	42,449	22,271	0	412,298	431,032	419,919
20	493,517	486,248	8,025	43,729	26,154	0	431,659	431,063	422,090
21	492,018	486,047	1,500	42,650	23,921	0	426,947	430,867	422,095
22	489,661	486,539	2,974	49,074	23,369	0	420,192	430,382	421,127
23	499,432	490,029	3,000	42,530	33,346	0	426,556	430,216	423,530
24	497,935	494,513	4,526	37,675	56,049	0	408,737	429,321	422,818
25	500,887	495,987	2,025	42,318	31,171	0	429,423	429,325	422,371
26	499,034	497,390	0	41,624	26,839	0	430,571	429,373	423,096
27	492,421	497,942	1,500	34,610	3,204	0	456,107	430,363	430,279
28	494,791	497,014	7,650	39,981	4,994	0	457,466	431,331	436,461
29	498,563	497,139	27,048	56,144	11,052	0	458,415	432,265	446,396
30	493,064	495,575	7,500	76,413	9,698	0	414,453	431,671	443,402
31	489,370	493,642	1,500	63,362	4,800	0	422,708	431,382	441,830
32	491,973	493,552	3,525	57,162	2,880	0	435,456	431,509	437,700
33	492,610	493,116	3,000	63,276	0	0	432,334	431,534	432,673
34	493,142	492,032	11,025	51,427	0	0	452,740	432,158	431,538
35	492,698	491,959	9,000	54,027	0	0	447,671	432,601	438,182
36	489,924	492,069	17,190	37,426	0	0	469,688	433,631	447,578
37	481,218	489,918	10,506	56,985	0	0	434,739	433,661	447,434
38	484,502	488,297	4,500	73,122	0	0	415,880	433,193	444,144
39	491,107	487,890	2,035	67,341	0	0	425,801	433,004	438,756
40	485,021	486,354	6,000	54,062	0	0	436,959	433,103	436,613
41	481,892	484,748	20,924	36,892	0	0	465,924	433,903	435,861
42	481,022	484,709	6,000	33,879	0	0	453,143	434,361	439,541
43	479,857	483,780	9,000	41,535	0	0	447,322	434,663	445,830
44	487,268	483,012	10,500	57,638	0	0	440,130	434,787	448,696
45	483,744	482,757	12,441	74,762	0	0	421,423	434,490	445,588
46	486,391	483,656	0	54,477	0	0	431,914	434,434	438,786
47	483,232	484,098	19,114	39,491	0	0	462,855	435,039	440,729
48	495,042	487,135	6,625	42,979	0	0	458,688	435,531	443,002
49	492,252	488,132	23,657	21,614	0	0	494,295	436,731	453,835
50	491,206	489,625	34,024	19,647	0	0	505,583	438,108	470,667
51	498,424	492,031	25,610	20,767	3,600	0	499,667	439,315	484,218
52	489,047	493,194	12,000	16,125	3,196	0	481,726	440,130	487,992
YTD -85	25,631,015	24,645,790	410,284	2,430,610	723,913	0	22,886,776	22,286,856	21,900,503

Source: CEMA

# STATISTICS: ALLOCATIONS AND INVENTORIES SUMMARY

22

	BRITISH COLUMBIA			ALBERTA			SASKATCHEWAN			MANITOBA			ONTARIO			QUEBEC		
MONTH	ALLOC.	INVENT.	%	ALLOC.	INVENT.	%	ALLOC.	INVENT.	%	ALLOC.	INVENT.	%	ALLOC.	INVENT.	%	ALLOC.	INVENT.	%
January	2,434,712	2,339,601	96.09	1,503,600	1,434,364	95.40	701,116	671,614	95.79	2,324,778	2,204,235	94.81	7,448,593	7,101,772	95.34	3,228,549	3,101,140	96.05
February		2,334,849	95.90		1,445,034	96.10		659,981	94.13		2,205,870	94.89		7,180,779	96.40		3,076,624	95.29
March		2,338,234	96.04		1,338,927	89.05		653,254	93.17		2,171,987	93.43		7,122,478	95.62		3,049,138	94.44
April		2,338,817	96.06		1,420,888	94.50		673,423	96.05		2,183,507	93.92		7,062,814	94.82		3,033,403	93.96
May		2,334,265	95.87		1,433,841	95.36		663,734	94.67		2,232,941	96.05		7,131,153	95.74		3,009,049	93.20
June		2,320,771	95.32		1,423,604	94.68		661,986	94.42		2,250,710	96.81		6,854,174	92.02		2,963,277	91.78
July		2,324,132	95.46		1,420,586	94.48		656,869	93.69		2,192,345	94.30		7,001,054	93.99		3,036,017	94.04
August		2,300,616	94.49		1,415,206	94.12		654,235	93.31		2,239,194	96.32		7,095,299	95.26		3,021,045	93.57
September		2,322,859	95.41		1,434,948	95.43		673,538	96.07		2,201,374	94.69		7,025,251	94.32		2,960,372	91.69
October		2,346,617	96.38		1,436,561	95.54		664,563	94.79		2,248,884	96.74		7,049,835	94.65		3,056,562	94.67
November		2,346,313	96.37		1,449,749	96.42		666,981	95.13		2,217,967	95.41		7,022,754	94.28		3,065,362	94.95
December		2,361,447	96.99		1,443,561	96.01		674,137	96.15		2,251,972	96.87		7,203,135	96.70		2,983,731	92.42
AVERAGE <sup>+</sup>	2,329,365	95.67		1,419,729	94.42		661,647	94.37		2,216,967	95.36		7,060,239	94.77		3,035,422	94.02	

	NEW BRUNSWICK			NOVA SCOTIA			PRINCE EDWARD ISLAND			NEWFOUNDLAND			INVENT. TOTALS		INVENT. TOTALS		
MONTH	ALLOC.	INVENT.	%	ALLOC.	INVENT.	%	ALLOC.	INVENT.	%	ALLOC.	INVENT.	%	1985	%	1984	%	
January	417,779	403,707	96.63	852,606	823,991	96.64	142,767	137,783	96.51	441,799	396,121	89.66	18,614,328	95.48	18,801,165	96.43	
February		402,747	96.40		826,441	96.93		133,840	93.75		402,911	91.20	18,669,076	95.76	18,668,676	95.75	
March		399,503	95.63		823,983	96.64		138,530	97.03		397,898	90.06	18,433,932	94.55	18,344,470	94.09	
April		404,841	96.90		788,904	92.53		135,022	94.58		380,379	86.10	18,421,998	94.49	18,387,187	94.65	
May		385,931	92.38		798,398	93.64		138,971	97.34		377,467	85.44	18,505,750	94.92	18,426,248	94.51	
June		375,755	89.94		755,688	88.63		137,140	96.06		404,678	91.60	18,147,783	93.08	18,430,496	94.53	
July		378,960	90.71		791,545	92.84		138,064	96.71		406,589	92.03	18,346,161	94.10	18,429,021	94.53	
August		397,791	95.22		807,415	94.70		136,419	95.55		407,958	92.34	18,475,178	94.76	18,416,572	94.46	
September		389,635	93.26		764,730	89.69		129,781	90.90		399,529	90.43	18,302,017	93.87	18,335,005	94.04	
October		403,440	96.57		806,257	94.56		122,047	85.49		389,513	88.17	18,524,279	95.01	18,302,635	93.88	
November		386,989	92.63		782,376	91.76		130,081	91.11		403,300	91.29	18,471,872	94.75	18,630,180	95.56	
December		393,145	94.10		759,070	89.03		129,386	90.63		374,636	84.80	18,574,220	95.27	18,626,906	95.54	
AVERAGE <sup>+</sup>	391,374	93.68		797,993	93.59		134,858	94.46		391,684	88.66		18,439,278	94.58	18,483,213	94.80	

\* Allocation refers to total quota issuance allowed under Federal-Provincial Agreement.

\*\* Inventory refers to the number of layers in provincial flocks as verified by CEMA Hen Inventory Audits. Inventories are as of the last Friday of each month.

+ 1985 Average inventories are based on a 52-week average.  
1984 Average inventory is based on monthly averages.

# STATISTICS: INTERPROVINCIAL MOVEMENT

23

## ESTIMATED INTERPROVINCIAL MOVEMENT (COMPOSITE REPORT)

BUYERS▷ SELLERS▼	B.C.	ALTA.	SASK.	MAN.	ONT.	QUE.	N.B.	N.S.	P.E.I.	NFLD.	TERR.	EXPORT	TOTAL SALES 1985
B.C.													0
ALTA.	64,593		3,387	1,794	433						60,779		130,986
SASK.		123,202		10	1,846								125,058
MAN.	81,047	664,935	108,229		136,315						1,180		991,706
ONT.						1,487,626	6,700	1,500		525			1,496,351
QUE.					76,980		12,045						89,025
N.B.													0
N.S.							58,913			4,447			63,360
P.E.I.							3,230						3,230
NFLD.													0
TERR.													0
TOTAL PURCHASES 1985	145,640	788,137	111,616	1,804	215,574	1,487,626	80,888	1,500	0	4,972	61,959	0	2,899,716

In boxes of 15 doz.

The above excludes CEMA table export movement.

The above includes table eggs removed under the CEMA Surplus Removal Program.

Source: CEMA



## AVERAGE NUMBER OF LAYERS PER PRODUCER

	1985	1984	1983	1982	1981	1980	1979	1978	1977	1976
B.C.	14,667	14,073	14,470	14,150	13,995	14,114	12,701	12,631	10,863	10,084
Alta.	6,112	6,014	6,201	6,153	5,921	6,088	5,081	5,308	4,217	2,831
Sask.	7,790	7,459	7,342	7,059	7,059	7,043	6,004	6,047	4,425	3,464
Man.	9,727	9,528	9,836	9,836	9,756	10,176	8,598	9,593	7,991	7,459
Ont.	9,311	9,253	9,812	9,728	9,704	9,380	8,016	8,271	7,007	6,578
Que.	18,991	15,597	13,691	13,691	11,272	11,333	9,698	10,634	8,552	8,125
N.B.	16,711	16,062	15,527	15,527	17,972	14,456	11,770	10,414	9,933	8,926
N.S.	18,535	18,491	16,868	16,868	16,868	17,658	15,201	15,701	12,463	11,804
P.E.I.	4,605	4,605	4,355	4,355	4,107	3,992	3,188	3,445	2,243	1,636
Nfld.	12,623	12,272	11,976	11,976	11,976	11,661	10,007	11,674	9,960	9,763
Nat'l Avg.	10,535	9,871	10,339	10,251	9,895	9,849	8,422	8,806	7,313	6,547

Based on NFPMC allocation  
December, 1985

Source: CEMA

## REGISTERED PRODUCERS PER PROVINCE

	1985	1984	1983	1982	1981	1980	1979	1978	1977	1976
B.C.	166	173	177	181	183	190	192	198	218	233
Alta.	246	250	254	256	266	273	287	293	326	457
Sask.	90	94	100	104	104	111	104	116	123	135
Man.	239	244	246	246	248	249	255	245	265	280
Ont.	800	805	812	819	821	890	926	938	1,004	1,044
Que.	170	207	247	247	300	313	313	311	355	392
N.B.	25	26	27	27	28	29	33	40	39	43
N.S.	46	46	52	52	52	52	53	55	63	65
PEI.	31	31	33	33	35	36	40	42	48	58
Nfld.	35	36	37	37	37	38	38	38	38	37
Total	1,848	1,912	1,985	2,002	2,074	2,181	2,241	2,276	2,479	2,744

December, 1985

Source: CEMA

### ***Producers: Have a Question?***

If you have any questions about CEMA's 1985 annual report, we'd like to hear from you. Please take a few moments to jot down your questions on the space provided below. Stick a stamp on the other side and drop this form into the mail box. Then keep your eyes on CEMA's The Egg Producer. We'll be printing replies to your questions in upcoming issues. Thanks.

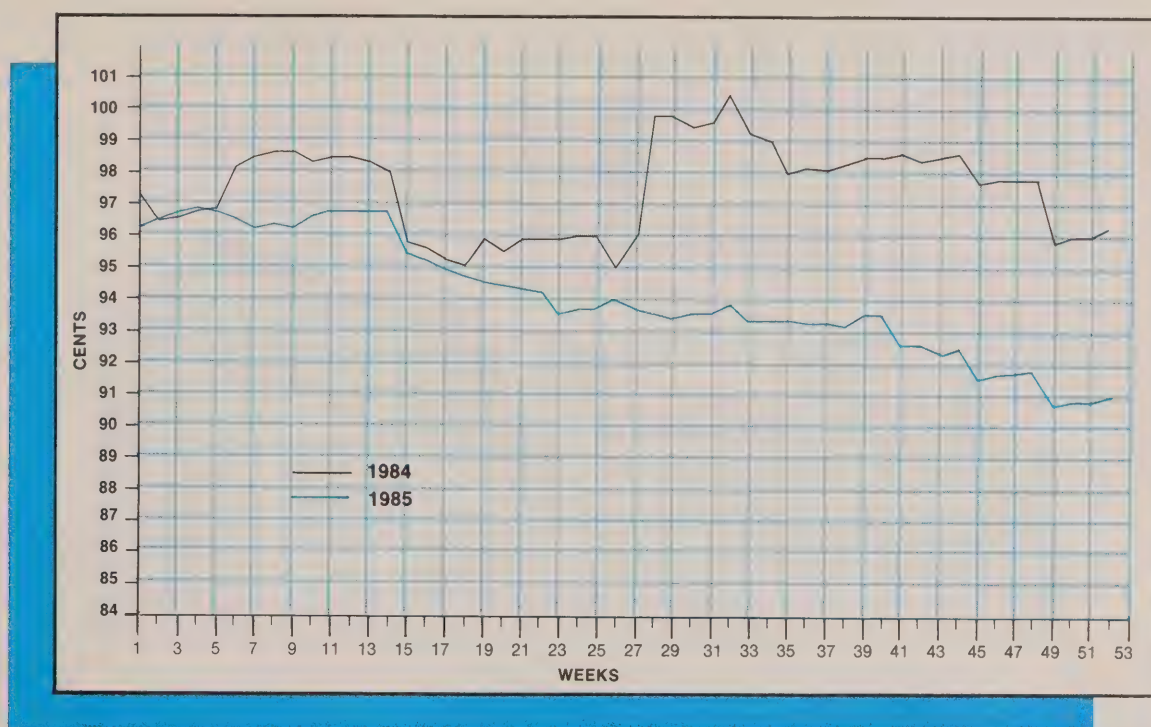




**Canadian Egg Marketing Agency**  
Suite 507  
116 Albert Street  
Ottawa, Ontario  
K1P 5G3

*Attn: Communications Dept.*

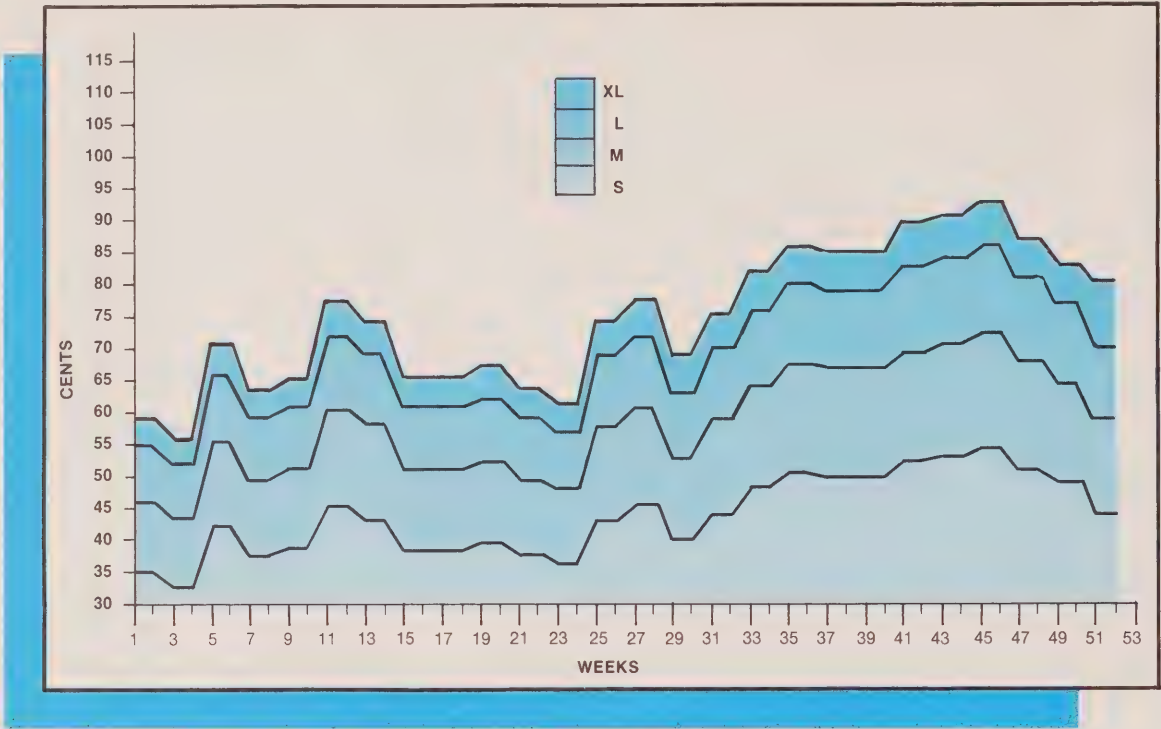




## WEIGHTED AVERAGE PRODUCER PRICE — ALL GRADES — CENTS PER DOZEN

WEEK	1985 PRICE	1984 PRICE	WEEK	1985 PRICE	1984 PRICE
1	96.1	97.2	27	93.8	96.0
2	96.4	96.4	28	93.7	99.8
3	96.8	96.6	29	93.5	99.8
4	96.9	96.8	30	93.6	99.5
5	96.8	96.9	31	93.6	99.6
6	96.4	98.2	32	93.9	100.4
7	96.1	98.5	33	93.4	99.2
8	96.2	98.6	34	93.4	99.0
9	96.1	98.6	35	93.4	98.0
10	96.5	98.3	36	93.3	98.2
11	96.7	98.4	37	93.3	98.1
12	96.7	98.4	38	93.2	98.3
13	96.7	98.3	39	93.5	98.5
14	96.7	98.0	40	93.5	98.5
15	95.4	95.8	41	92.7	99.6
16	95.2	95.7	42	92.7	99.4
17	95.0	95.4	43	92.4	99.5
18	94.8	95.1	44	92.5	99.6
19	94.6	95.9	45	91.6	97.7
20	94.5	95.6	46	91.7	97.8
21	94.3	95.9	47	91.7	97.8
22	94.2	95.9	48	91.8	97.8
23	93.6	95.9	49	90.8	95.9
24	93.8	96.0	50	90.9	96.0
25	93.8	96.0	51	90.9	96.0
26	94.0	95.1	52	91.0	96.3

# STATISTICS: PROCESSOR PRICE



## ONTARIO PROCESSOR PRICES IN CENTS PER DOZEN

1985 WEEK	XL	L	M	S	1985 WEEK	XL	L	M	S
1	59	55	46	35	27	77.5	72	60.5	45.5
2	59	55	46	35	28	77.5	72	60.5	45.5
3	56	52	43.5	33	29	68	63	53	40
4	56	52	43.5	33	30	68	63	53	40
5	71	66	55.5	42	31	75.5	70	59	44.5
6	71	66	55.5	42	32	75.5	70	59	44.5
7	63.5	59	49.5	37.5	33	82	76	64	48
8	63.5	59	49.5	37.5	34	82	76	64	48
9	65.5	61	51.5	38.5	35	86	80	67	50.5
10	65.5	61	51.5	38.5	36	86	80	67	50.5
11	77.5	72	60.5	45.5	37	85	79	66.5	50
12	77.5	72	60.5	45.5	38	85	79	66.5	50
13	74.5	69	58	43.5	39	85	79	66.5	50
14	74.5	69	58	43.5	40	85	79	66.5	50
15	65.5	61	51.5	38.5	41	89.5	83	69.5	52.5
16	65.5	61	51.5	38.5	42	89.5	83	69.5	52.5
17	65.5	61	51.5	38.5	43	90.5	84	70.5	53
18	65.5	61	51.5	38.5	44	90.5	84	70.5	53
19	67	62	52	39.5	45	92.5	86	72.5	54.5
20	67	62	52	39.5	46	92.5	86	72.5	54.5
21	63.5	59	49.5	37.5	47	87	81	68	51.5
22	63.5	59	49.5	37.5	48	87	81	68	51.5
23	61.5	57	48	36	49	83	77	64.5	49
24	61.5	57	48	36	50	83	77	64.5	49
25	74.5	69	58	43.5	51	75.5	70	59	44.5
26	74.5	69	58	43.5	52	75.5	70	59	44.5

Source: CEMA

---

**Canadian Egg Marketing Agency  
Report and Financial Statements  
December 28, 1985**

---



# AUDITORS' REPORT

28

---

The Directors  
Canadian Egg Marketing Agency

We have examined the balance sheet of the Domestic Account, Export Account and Administration Account of the Canadian Egg Marketing Agency as at December 28, 1985 and the statement of operations and balance of fund of the Domestic Account, Export Account and Administration Account for the fifty-two week period then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances, except as outlined in the following paragraph.

Due to the structure of the egg producers' levy and service fees, our verification of levy and service fees was limited to an examination of amounts recorded in the accounts.

In our opinion, except for the effects of any adjustments which might have been required had we been able to verify levy and service fees beyond those recorded in the accounts, these financial statements present fairly the financial position of the Canadian Egg Marketing Agency as at December 28, 1985 and the results of its operations for the fifty-two week period then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied on a basis consistent with that of the preceding period.

Ottawa, Ontario  
February, 21, 1986



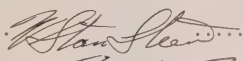
Chartered Accountants

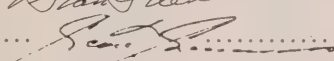
Canadian Egg Marketing Agency  
Balance Sheet as at December 28, 1985

29

	DECEMBER 28, 1985					DECEMBER 29, 1984
	Domestic Account	Export Account	Total Surplus Removal	Adminis- tration Account	Total	Total
<b>Assets</b>						
Current						
Cash	\$ 280,601	\$ 649,762	\$ 930,363	\$ 136,935	\$1,067,298	\$ 57,569
Accounts receivable						
Levy and service fees — net of allowances for uncollectable amounts of \$2,767,000 (1984 — \$2,839,000)	1,461,603	1,095,642	2,557,245	517,304	3,074,549	3,051,503
Egg sales	1,420,118	—	1,420,118	—	1,420,118	974,651
Other	50,249	—	50,249	181,281	231,530	464,738
Inventory	240,545	32,461	273,006	—	273,006	308,740
	<u>3,453,116</u>	<u>1,777,865</u>	<u>5,230,981</u>	<u>835,520</u>	<u>6,066,501</u>	<u>4,857,201</u>
Fixed						
Computer, equipment and leasehold improvements	—	—	—	1,283,043	1,283,043	918,992
Egg imprinters	—	—	—	—	—	57,650
Accumulated depreciation and amortization	—	—	—	(625,253)	(625,253)	(480,249)
	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>657,790</u>	<u>657,790</u>	<u>496,393</u>
	<u>\$ 3,453,116</u>	<u>\$ 1,777,865</u>	<u>\$ 5,230,981</u>	<u>\$ 1,493,310</u>	<u>\$6,724,291</u>	<u>\$ 5,353,594</u>
<b>Liabilities and Balance of Fund</b>						
Current						
Bank loan	\$ —	\$ —	\$ —	\$ —	\$ —	\$ 800,000
Accounts payable and accrued liabilities	1,110,867	747,400	1,858,267	1,231,215	3,089,482	3,065,699
Inter-account payable (receivable)	5,330,393	(2,911,766)	2,418,627	(2,418,627)	—	—
Balance of fund	(2,988,144)	3,942,231	954,087	2,680,722	3,634,809	1,487,895
	<u>\$ 3,453,116</u>	<u>\$ 1,777,865</u>	<u>\$ 5,230,981</u>	<u>\$ 1,493,310</u>	<u>\$6,724,291</u>	<u>\$ 5,353,594</u>

On behalf of the Agency:

.....  ....., Director

.....  ....., Director

Canadian Egg Marketing Agency  
Statement of Operations and Balance of Fund  
For the Fifty-two Week Period Ending December 28, 1985

30

	DECEMBER 28, 1985				DECEMBER 29, 1984
	(52 weeks)				(52 weeks)
	Domestic Account	Export Account	Total Surplus Removal	Administration Account	Total
<b>Revenues</b>					
Egg sales	\$24,095,168	\$ 4,448,308	\$28,543,476	\$ —	\$28,543,476
Levy and service fees	14,725,108	12,633,742	27,358,850	6,316,911	33,675,761
Interest and other income	105,744	149,661	43,887	210,276	254,163
Inter-account transfers (Note 3)	(407,069)	407,069	—	—	—
Provincial inventory penalties (Note 4)	—	31,497	31,497	—	31,497
	<u>38,307,433</u>	<u>17,670,277</u>	<u>55,977,710</u>	<u>6,527,187</u>	<u>62,504,897</u>
					<u>66,744,964</u>
<b>Expenses</b>					
Trading operations					
Egg purchases	38,462,626	11,657,039	50,119,665	—	50,119,665
Dyeing and storage	646,133	204,293	850,426	—	850,426
Transportation and handling	901,125	195,708	1,096,833	—	1,096,833
Packaging material	548,178	—	548,178	—	548,178
Provincial agents fees	155,954	23,606	179,560	—	179,560
Interest	349,085	147,688	496,773	—	496,773
Brokerage, customs and excise	—	69,311	69,311	—	69,311
Other	38,525	(35,514)	3,011	—	3,011
	<u>41,101,626</u>	<u>12,262,131</u>	<u>53,363,757</u>	<u>—</u>	<u>53,363,757</u>
					<u>55,746,590</u>
Promotion	—	—	—	1,035,066	1,035,066
Advertising	—	—	—	1,739,885	1,739,885
Salaries	—	—	—	1,543,473	1,543,473
Professional fees and consulting	—	—	—	318,795	318,795
Meetings and travel	—	—	—	632,337	632,337
Office	—	—	—	273,787	273,787
Research	—	—	—	353,208	353,208
Telephone and telex	—	—	—	158,520	158,520
Rent	—	—	—	122,639	122,639
Communications	—	—	—	122,653	122,653
Per diems	—	—	—	129,991	129,991
Other administrative	—	—	—	79,496	79,496
Depreciation and amortization	—	23,060	23,060	215,338	238,398
Uncollectable levy and service fees (recovered)	56,400	76,740	133,140	(86,788)	46,352
Donation of eggs to underdeveloped countries	76,952	122,674	199,626	—	199,626
	<u>41,234,978</u>	<u>12,484,605</u>	<u>53,719,583</u>	<u>6,638,400</u>	<u>60,357,983</u>
					<u>62,509,958</u>
<b>Excess of revenue over expense (expense over revenue)</b>	(2,927,545)	5,185,672	2,258,127	(111,213)	2,146,914
<b>Balance of fund, beginning of period</b>	(60,599)	(1,243,441)	(1,304,040)	2,791,935	1,487,895
					<u>(2,747,111)</u>
<b>Balance of fund, end of period</b>	<u>\$ (2,988,144)</u>	<u>\$ 3,942,231</u>	<u>\$ 954,087</u>	<u>\$2,680,722</u>	<u>\$ 3,634,809</u>
					<u>\$ 1,487,895</u>



## 1. Activities of the Agency

### a) Formation of the Agency

The Canadian Egg Marketing Agency was established to ensure the orderly marketing of eggs in Canada.

### b) Levy and service fees

The provincial egg marketing boards have agreed to act as agents of the Agency for the collection, control and remittance of the levy imposed by the Agency. Further amounts are paid to the Agency by the provincial boards to finance the national product removal system pursuant to the supplementary federal-provincial agreement and in the case of Quebec and Alberta, through service fees payable pursuant to a commercial contract.

### c) Removal activities

The Agency purchases, at specified buy-back prices, all eggs that meet Agency specifications that have been declared by the provincial boards as excess to their table market requirements.

## 2. Significant accounting policies

### a) Basis of accounting

Three funds have been established. The product removal levy and service fees are allocated to the Domestic Account and Export Account. All transactions involving the buying and selling of declared eggs are recorded in the Domestic Account for domestic sales of product excess to the table market and the Export Account for export sales of product excess to the domestic requirement. The administration levy and service fees and all administration expenses are recorded in the Administration Account.

### b) Inventory

Inventory of shell eggs is valued at the lower of cost and net realizable value. Shell eggs consist of eggs declared to the Agency but unsold at the end of the period. All shell eggs were sold subsequent to the end of the period.

### c) Fixed assets

Fixed assets are recorded at cost. Depreciation and amortization of fixed assets are calculated using the straight-line method over their anticipated useful lives as follows:

Office equipment	10 years
Computer	5 years
Leasehold improvements	over term of lease

## 3. Inter-account transfers

At December 31, 1985, the Agency had not received all the documentation needed to substantiate that a portion of the sales reflected in the Export Account were in fact export sales. Should it be established that these were sales for the domestic market, the net cost of these sales transactions will be charged to the Domestic Account. At December 31, 1985, the maximum liability of the Domestic Account to the Export Account related to these sales amounted to approximately \$1,760,000.

During the period, the Agency established that a portion of the sales previously reflected in the Export Account were sales for the domestic market. The net cost of these sales amounted to \$407,069 (1984 — \$136,181) which was transferred to the Domestic Account from the Export Account.

---

#### 4. Provincial inventory penalties

Under the provisions of the Commodity Boards' Federal-Provincial Agreement the Agency has the right to assess penalties against provinces that surpass allocated quotas established by the National Farm Producers Marketing Council.

Penalties are recorded on a cash basis. In 1985, penalty payments of \$3,311 and \$28,625 were received from Manitoba and Nova Scotia respectively. In 1984 a penalty payment of \$14,656 was received from Québec.

#### 5. Commitments

The Agency is committed under the terms of operating lease contracts for the rental of premises in the aggregate amount of \$449,550 and for each of the next five years as follows:

1986	\$ 99,900
1987	99,900
1988	99,900
1989	99,900
1990	49,950
	<u>\$449,550</u>

#### 6. Financial statement approval

These financial statements were approved by the Audit Committee of the Agency on February 21, 1986.

---

4. Pénalités provinciales sur inventaires

Conformément aux dispositions de l'Accord fédéral-provincial sur les Offices de commercialisation, l'Office a le droit d'imposer des pénalités aux provinces qui dépassent les quotas permis et établis par le Conseil national de commercialisation des produits de ferme.

Les pénalités sont enregistrées selon la méthode de caisse. En 1985, des paiements pour pénalités de 3 311 \$ et 28 625 \$ ont été versés par le Manitoba et la Nouvelle-Écosse respectivement. Un paiement de 14 656 \$ pour pénalités a été versé par le Québec en 1984.

5. Engagements

L'Office s'est engagé, en vertu de contrats de location d'espace, pour une valeur totale de 449 550 \$ répartis sur les cinq prochaines années comme suit :

1986	99 900 \$
1987	99 900
1988	99 900
1989	99 900
1990	49 950
	<u>449 550 \$</u>

6. Approbation des états financiers

Le 21 février 1986, ces états financiers recevaient l'approbation du comité de vérification de l'Office.



1. Activités de l'Office

a) Formation de l'Office

L'Office canadien de commercialisation des oeufs a été établi afin d'assurer la commercialisation ordonnée des oeufs au Canada.

b) Prélèvements et frais de service

Les offices provinciaux de commercialisation des oeufs ont accepté d'agir à titre d'agents de l'Office aux fins de la perception, du contrôle et de la remise des prélèvements imposés par l'Office. Les offices provinciaux versent à l'Office des sommes additionnelles pour financer le programme national d'écoulement des produits selon l'Accord fédéral-provincial complémentaire et, dans le cas du Québec et de l'Alberta, des frais de service conformément aux modalités d'une entente commerciale.

c) Activités d'écoulement du produit

L'Office achète, à des prix de rachat spécifiques, tous les oeufs que les offices provinciaux ne peuvent vendre sur leur marché de "table" et qui répondent aux critères de l'Office.

2. Principales conventions comptables

a) Méthode de comptabilité

Trois fonds ont été créés. Les prélèvements et les frais de service sont répartis entre le compte national et le compte d'exportation. Toutes les opérations comportant l'achat et la vente des oeufs déclarés sont comptabilisées dans le compte national en ce qui a trait aux ventes nationales de produits excédant la "table" et dans le compte d'exportation pour ce qui est des ventes à l'exportation de produits excédant la demande nationale. Les prélèvements, les frais de service ainsi que tous les frais d'administration sont comptabilisés dans le compte d'administration.

b) Stocks

Les stocks d'oeufs en coquille sont inscrits au coût ou à la valeur de réalisation nette. Les oeufs en coquille sont les oeufs déclarés à l'Office mais non vendus à la fin de l'exercice. Tous les oeufs en coquille ont été vendus après la fin de l'exercice.

c) Immobilisations

Les immobilisations sont comptabilisées au coût. Les amortissements sont calculés selon la méthode de l'amortissement linéaire à des taux permettant de radier le coût des immobilisations sur leur durée d'utilisation probable, comme suit :

Matériel de bureau	10 ans
Ordinateur	5 ans
Améliorations locatives	sur la durée du bail

3. Virements intercompte

Au 31 décembre 1985, l'Office n'avait pas reçu tous les renseignements nécessaires pour justifier qu'une partie des ventes comprises dans le compte d'exportation était en fait des ventes destinées à l'exportation. Si l'on obtenait la preuve que ces ventes étaient destinées au marché national, leur coût net serait imputé au compte national. Au 31 décembre 1985, la dette éventuelle maximale du compte national envers le compte d'exportation en ce qui a trait à ces ventes s'élevait approximativement à 1 760 000 \$.

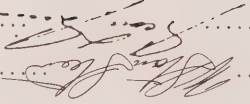
Au cours de l'exercice, l'Office a décidé qu'une partie des ventes antérieurement comptabilisées au compte d'exportation avaient eu lieu sur le marché national. Le coût net de ces ventes est de 407 069 \$ (1984 — 136 187 \$); ce montant a été transféré du compte d'exportation au compte national.

Office canadien de commercialisation des oeufs  
Etat des résultats d'exploitation et solde du fonds  
pour l'exercice de cinquante deux semaines terminé le 28 décembre 1985

28 DÉCEMBRE 1985		29 DÉCEMBRE 1984	
(52 semaines)		(52 semaines)	
Total	Compte des	Total	Compte des
Écoulement	Compte	Écoulement	Compte
des	Compte	des	Compte
excédents	Compte	excédents	Compte
national	Compte	national	Compte
24 095 168\$	4 448 308\$	28 543 476\$	6 316 911
14 725 108	12 633 742	27 358 850	33 675 761
(105 774)	149 661	43 887	254 163
(407 069)	(407 069)	—	—
—	31 497	31 497	31 497
38 307 433	17 670 277	55 977 710	6 527 187
38 462 626	11 657 039	50 119 665	—
646 133	204 293	850 426	—
901 125	195 708	1 096 833	—
—	—	548 178	—
155 954	23 606	179 560	—
349 085	147 688	496 773	—
—	69 311	69 311	—
38 525	(35 514)	3 011	—
41 101 626	12 262 131	53 363 757	—
—	—	—	1 035 066
—	—	—	1 739 885
—	—	—	1 543 473
—	—	—	318 795
—	—	—	632 337
—	—	—	273 787
—	—	—	353 208
—	—	—	158 520
—	—	—	122 639
—	—	—	122 653
—	—	—	129 991
—	—	—	79 496
—	23 060	23 060	215 338
76 740	133 140	(86 788)	46 352
122 674	199 626	—	199 626
12 484 605	53 719 583	6 638 400	60 357 983
5 185 672	2 258 127	(111 213)	2 146 914
(1 243 441)	(1 304 040)	2 791 935	1 487 895
3 942 231\$	954 087\$	2 680 722\$	3 634 809\$
(2 988 144\$)	954 087\$	2 680 722\$	3 634 809\$
Excédent des revenus sur les dépenses (dépenses sur les revenus)	(2 927 545)	2 146 914	4 235 006
Solde du fonds au début de l'exercice	(60 599)	1 487 895	(2 747 111)
Solde du fonds à la fin de l'exercice	(2 988 144\$)	3 942 231\$	1 487 895\$

29  
DÉCEMBRE  
1984

28 DÉCEMBRE 1985		29 DÉCEMBRE 1984	
Compte national	Compte d'exportation	Compte des excédents	Compte d'administration
Total		Total	
Prélèvements et frais de services, moins la provision pour les sommes irrécouvrables de 2 767 000\$ (1984 — 2 839 000\$)	280 601\$	136 935\$	1 067 298\$
Débiteurs	649 762\$	57 569\$	
Encaisse			
A court terme			
Autres débiteurs			
Ventes d'oeufs	1 461 603	517 304	3 074 549
1 420 118	1 095 642		1 420 118
50 249	—	—	974 651
240 545	32 461	181 281	464 738
3 453 116	1 777 865	835 520	273 006
Immobilisations			6 066 501
Ordinateur, matériel et améliorations			
Locatives			
Machines à estamper les oeufs			
Amortissements cumulés			
—	—	1 283 043	1 283 043
—	—	—	—
—	—	(625 253)	(625 253)
—	—	657 790	657 790
3 453 116\$	1 777 865\$	1 493 310\$	6 724 291\$
Emprunt bancaire	— \$	— \$	— \$
Créditeurs et frais courus	1 110 867	1 231 215	3 089 482
Intercapital payable (recevable)	5 330 393	(2 418 627)	—
Solde du fonds	(2 988 144)	2 680 722	3 634 809
3 453 116\$	1 777 865\$	1 493 310\$	6 724 291\$

Approuvé au nom de l'Office :  
  
 , administrateur  
 , administrateur



Nous avons vérifié le bilan du compte national, du compte d'exportation et du compte d'administration de l'Office canadien de commercialisation des oeufs au 28 décembre 1985 ainsi que l'état des résultats d'exploitation et du solde du fonds du compte national, du compte d'exportation et du compte d'administration pour l'exercice de 52 semaines terminé à cette date. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues, et a comporté par conséquent les sondages et autres procédés que nous avons jugés nécessaires dans les circonstances, à l'exception de ce qui est mentionné dans le paragraphe ci-dessous.

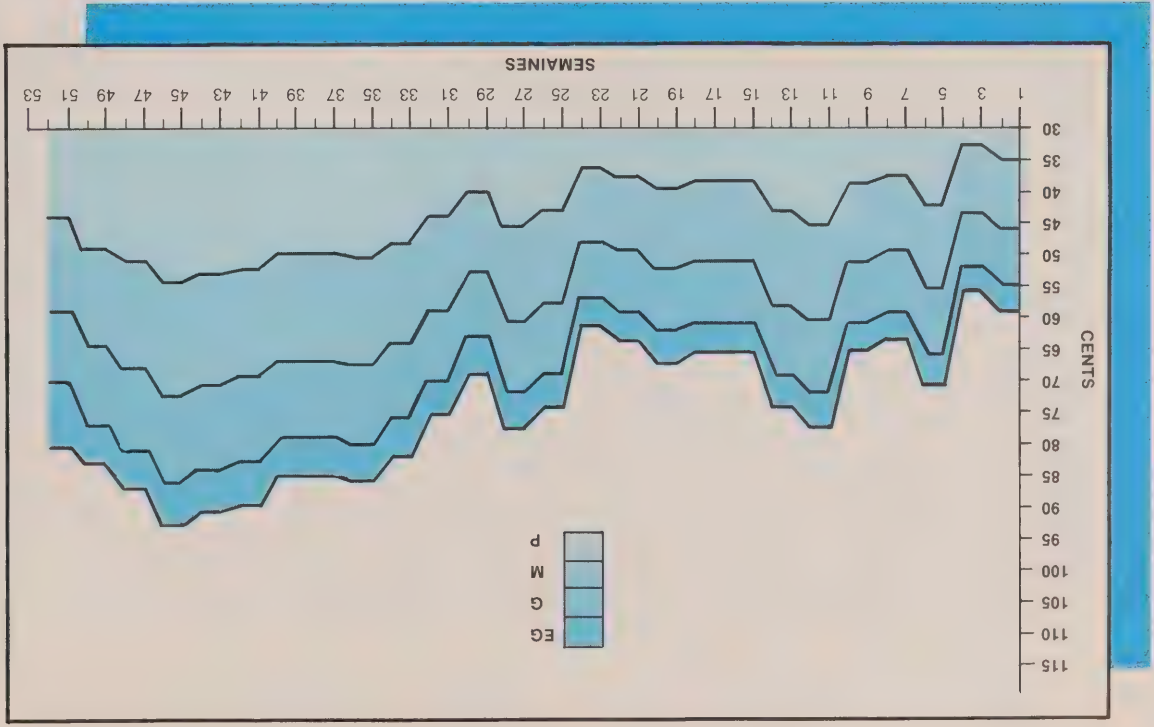
À notre avis, à l'exception de l'effet des éventuels redressements que nous aurions pu juger nécessaires si nous avions été en mesure de vérifier les prélèvements et les frais de service au-delà des montants comptabilisés, ces états financiers présentent fidèlement la situation financière de l'Office canadien de commercialisation des oeufs au 28 décembre 1985 ainsi que les résultats de son exploitation pour l'exercice de 52 semaines terminée à cette date selon les principes comptables généralement reconnus, appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

Comptables agréés

Ottawa, Ontario  
le 21 février 1986

---

**Office canadien de commercialisation des oeufs**  
**Rapport et états financiers**  
**28 décembre 1985**

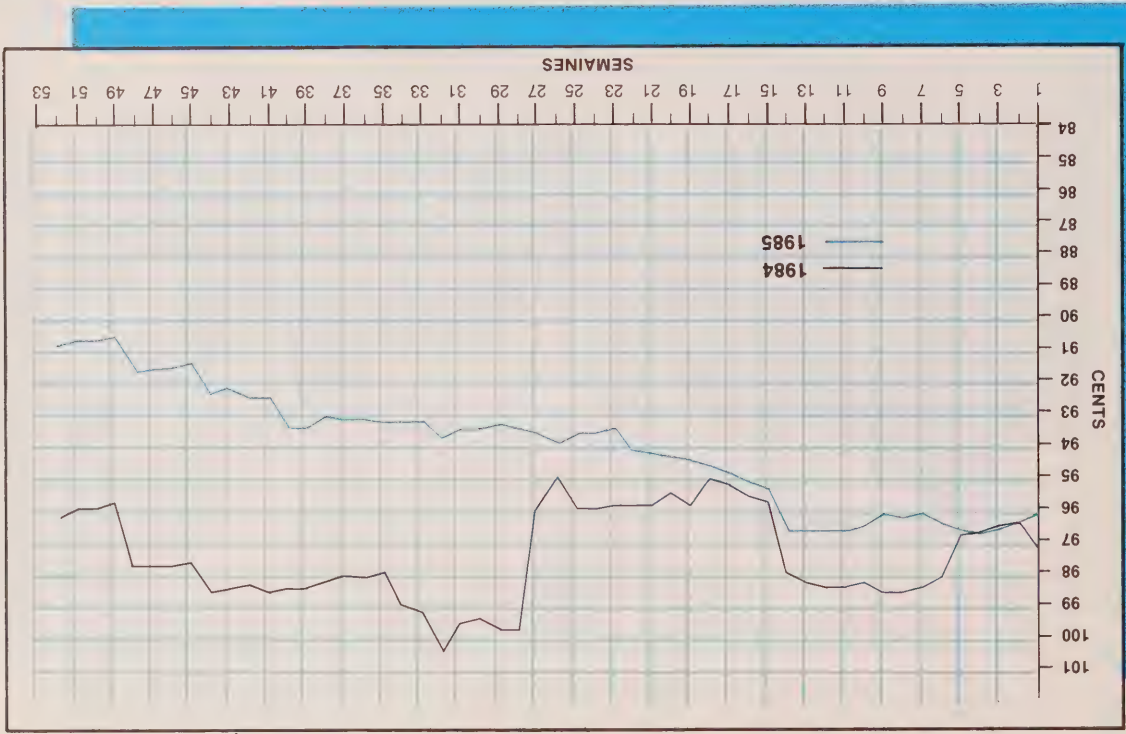


PRIX AUX TRANSFORMATEURS EN ONTARIO, EN CENTS LA DOUZAIN

1985					1985					1985					1985																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
SEMAINE					SEMAINE					SEMAINE					SEMAINE																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
1	59	55	46	35	27	28	29	30	31	32	33	34	82	76	70	70	59	44,5	48	64	67	80	79	79	85	85	85	86	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5	75,5



PRIX MOYEN PONDERÉ AUX PRODUCTEURS – TOUTES CATEGORIES – EN CENTS LA DOUZAIN



SEMAINE	PRIX DE 1985	PRIX DE 1984
1	96,1	97,2
2	96,4	96,4
3	96,8	96,6
4	96,9	96,8
5	96,8	96,9
6	96,4	98,2
7	96,1	98,5
8	96,2	98,6
9	96,1	98,6
10	96,5	98,3
11	96,7	98,4
12	96,7	98,4
13	96,7	98,3
14	96,7	98,0
15	95,4	95,8
16	95,2	95,7
17	95,0	95,4
18	94,8	95,1
19	94,6	95,9
20	94,5	95,6
21	94,3	95,9
22	94,2	95,9
23	93,6	95,9
24	93,8	96,0
25	93,8	96,0
26	94,0	95,1

SEMAINE	PRIX DE 1985	PRIX DE 1984
27	93,8	96,0
28	93,7	99,8
29	93,5	99,8
30	93,6	99,5
31	93,6	99,6
32	93,9	100,4
33	93,4	99,2
34	93,4	99,0
35	93,4	98,0
36	93,3	98,2
37	93,3	98,1
38	93,2	98,3
39	93,5	98,5
40	93,5	98,5
41	92,7	99,6
42	92,7	99,4
43	92,4	99,5
44	92,5	99,6
45	91,6	97,7
46	91,7	97,8
47	91,7	97,8
48	91,8	97,8
49	90,8	95,9
50	90,9	96,0
51	90,9	96,0
52	91,0	96,3

SOURCE: Rapport sur les marchés avicoles  
Agriculture Canada

**Office canadien de commercialisation des oeufs**  
116, rue Albert  
Pièce 507  
Ottawa, Ontario  
K1P 5G3

*À l'attention du service des communications*





Si vous avez des questions sur le rapport annuel 1985 de l'OCCO, veuillez nous les adresser. Prenez donc quelques instants pour les écrire ci-dessous. Placez un timbre au verso et déposez ce formulaire dans une boîte aux lettres. Ensuite, lisez bien le Quoi de N°Oeuf de l'OCCO. Nous répondrons à vos questions dans les numéros à venir. Merci.

**—Producteurs : vous avez une question?**



## NOMBRE MOYEN DE PONDEUSES PAR PRODUCTEUR

	1985	1984	1983	1982	1981	1980	1979	1978	1977	1976
C.-B.	14 667	14 073	14 470	14 150	13 995	14 114	12 701	12 631	10 863	10 084
Alb.	6 112	6 014	6 201	6 153	5 921	6 088	5 081	5 308	4 217	2 831
Sask.	7 790	7 459	7 342	7 059	7 059	7 043	6 004	6 047	4 425	3 464
Man.	9 727	9 528	9 836	9 836	9 756	10 176	8 598	9 593	7 991	7 459
Ont.	9 311	9 253	9 812	9 728	9 704	9 380	8 016	8 271	7 007	6 578
QC	18 991	15 597	13 691	13 691	11 272	11 333	9 698	10 634	8 552	8 125
N.-B.	16 711	16 062	15 527	15 527	17 972	14 456	11 770	10 414	9 933	8 926
N.-E.	18 535	18 491	16 868	16 868	16 868	17 658	15 201	15 701	12 463	11 804
I.-P.-E.	4 605	4 605	4 355	4 355	4 107	3 992	3 188	3 445	2 243	1 636
T.-N.	12 623	12 272	11 976	11 976	11 976	11 661	10 007	11 674	9 960	9 763
Moy. Nat.	10 535	9 871	10 339	10 251	9 895	9 849	8 422	8 806	7 313	6 547

Source: OCCO

Selon l'allocation du CNCPF

Décembre 1985

## PRODUCTEURS RÉGLEMENTÉS PAR PROVINCE

	1985	1984	1983	1982	1981	1980	1979	1978	1977	1976
C.-B.	166	173	177	181	183	190	192	198	218	233
Alb.	246	250	254	256	266	273	287	293	326	457
Sask.	90	94	100	104	104	111	104	116	123	135
Man.	239	244	246	246	248	249	255	245	265	280
Ont.	800	805	812	819	821	890	926	938	1 004	1 044
QC	170	207	247	247	300	313	313	311	355	392
N.-B.	25	26	27	27	28	29	33	40	39	43
N.-E.	46	46	52	52	52	52	53	55	63	65
I.-P.-E.	31	31	33	33	35	36	40	42	48	58
T.-N.	35	36	37	37	37	38	38	38	38	37
Total	1 848	1 912	1 985	2 002	2 074	2 181	2 241	2 276	2 479	2 744

Source: OCCO

Décembre 1985

(RAPPORT COMPOSITE)

En boîtes de 15 douzaines.  
Les données ci-dessus excluent le mouvement du produit de table de l'OCCO destiné aux exportations.  
Les données ci-dessus incluent les oeufs de table écoulés dans le cadre du programme d'écoulement des excédents de l'OCCO.

Sources: OCCO

STATISTIQUES : SOMMAIRE DES ALLOCATIONS ET DES INVENTAIRES

COLOMBIE-BRITANNIQUE									
ALBERTA									
SASKATCHEWAN									
MANITOBA									
ONTARIO									
QUÉBEC									
MOIS	ALLOQ. INVENT. %	ALLOQ. INVENT. %	ALLOQ. INVENT. %	ALLOQ. INVENT. %	ALLOQ. INVENT. %	ALLOQ. INVENT. %	ALLOQ. INVENT. %	ALLOQ. INVENT. %	ALLOQ. INVENT. %
Janvier	2 434 712	2 339 601	96,09	1 503 600	1 434 364	95,40	701 116	671 614	95,79
									2 324 778
									2 204 235
									94,81
									7 448 593
									7 101 772
									95,34
									3 228 549
									3 101 140
									96,05
Février	2 334 849	95,90	1 445 034	96,10	659 981	94,13	2 205 870	94,89	7 180 779
									96,40
									3 076 624
									95,29
Mars	2 338 234	96,04	1 338 927	89,05	653 254	93,17	2 171 987	93,43	7 122 478
									95,62
									3 049 138
									94,44
Avril	2 338 817	96,06	1 420 888	94,50	673 423	96,05	2 183 507	93,92	7 062 814
									94,82
									3 033 403
									93,96
Mai	2 334 265	95,87	1 433 841	95,36	663 734	94,67	2 232 941	96,05	7 131 153
									95,74
									3 009 049
									93,20
Jun	2 320 771	95,32	1 423 604	94,68	661 986	94,42	2 250 710	96,81	6 854 174
									92,02
									2 963 277
									91,78
Juillet	2 324 132	95,46	1 420 586	94,48	656 869	93,69	2 192 345	94,30	7 001 054
									93,99
									3 036 017
									94,04
Août	2 300 616	94,49	1 415 206	94,12	654 235	93,31	2 239 194	96,32	7 095 299
									95,26
									3 021 045
									93,37
Septembre	2 322 859	95,41	1 434 948	95,43	673 538	96,07	2 201 374	94,69	7 025 251
									94,32
									2 960 372
									91,69
Octobre	2 346 617	96,38	1 436 561	95,54	664 563	94,79	2 248 884	96,74	7 049 835
									94,65
									3 056 562
									94,67
Novembre	2 346 313	96,37	1 449 749	96,42	666 981	95,13	2 217 967	95,41	7 022 754
									94,28
									3 065 362
									94,95
Décembre	2 361 447	96,99	1 443 561	96,01	674 137	96,15	2 251 972	96,87	7 203 135
									96,70
									2 983 731
									92,42
MOYENNE+									
	2 329 365	95,67	1 419 729	94,42	661 647	94,37	2 216 967	95,36	7 060 239
									94,77
									3 035 422
									94,02

NOUVEAU-BRUNSWICK									
NOUVELLE-ÉCOSSE									
PRINCE-ÉDOUARD									
ÎLE-DU-PRINCE									
TERRE-NEUVE									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									
INVENT. TOTALX									



STATISTIQUES : ÉVALUATION DE LA CONSOMMATION

ÉVALUATION DE LA CONSOMMATION  
CANADA

CATÉGORIE A				EXCÉDENTS				EXCÉDENTS À L'EXPORTATION				LA TABLE CUMULATIVE DE 5 SEM.			
SEMAINE	CLASSE-	MOY.	MOBILE	IMPORTA-	EXCÉDENTS	EXCÉDENTS À	COMMER-	LA TABLE	CUMULATIVE	MOY.	MOBILE	MOY.	HEBD.	MOY.	MOBILE
1985	(AG. CAN.)	DE 5 SEM.	(AG. CAN.)	LAGE	TIION	CIALES	A	DISPARITION	MOY.	MOBILE	MOY.	MOY.	MOY.	MOY.	MOY.

(Boîtes de 15 douzaines)

1	496 003	99 201	0	45 179	46 951	0	403 873	403 873	403 873	80 775	80 775
2	498 552	198 911	0	60 257	40 849	0	397 446	400 660	400 660	160 264	160 264
3	519 822	302 875	0	64 499	29 492	0	425 831	409 050	409 050	245 430	245 430
4	499 173	402 710	0	63 539	31 382	0	404 252	407 851	407 851	326 280	326 280
5	504 224	503 555	0	60 203	26 381	0	417 640	409 808	409 808	412 848	412 848
6	500 258	504 406	2 994	60 309	23 870	0	419 073	411 353	411 353	418 778	418 778
7	500 910	504 877	1 500	48 522	26 792	0	427 096	413 602	413 602	421 569	421 569
8	501 000	501 113	3 552	48 620	16 149	0	439 783	416 874	416 874	429 414	429 414
9	515 560	504 390	4 066	49 754	26 395	0	443 477	419 830	419 830	434 247	434 247
10	500 956	503 737	4 500	53 181	10 467	0	441 808	422 028	422 028	437 114	437 114
11	500 556	503 796	13 523	65 235	15 439	0	433 405	423 062	423 062	442 527	442 527
12	494 402	502 495	6 695	39 088	7 846	0	454 163	425 654	425 654	453 335	453 335
13	499 253	502 145	27 726	25 761	7 394	0	493 824	430 898	430 898	462 307	462 307
14	493 275	497 688	20 938	14 176	11 700	0	488 337	435 001	435 001	458 107	458 107
15	477 084	492 914	3 000	28 592	30 688	0	420 804	434 054	434 054	456 810	456 810
16	493 022	491 407	0	36 463	29 635	0	426 924	433 609	433 609	450 984	450 984
17	487 202	489 967	3 366	37 835	27 700	0	425 033	433 104	433 104	435 127	435 127
18	481 980	486 513	3 000	42 204	28 239	0	414 537	432 073	432 073	419 919	419 919
19	475 518	482 961	1 500	42 449	22 271	0	412 298	431 032	431 032	422 090	422 090
20	493 517	486 248	8 025	43 729	26 154	0	431 659	431 063	431 063	422 095	422 095
21	492 018	486 047	1 500	42 650	23 921	0	426 947	430 867	430 867	422 371	422 371
22	489 661	486 539	2 974	49 074	23 369	0	420 192	430 382	430 382	423 818	423 818
23	499 432	490 029	3 000	42 530	56 049	0	426 546	430 216	430 216	428 530	428 530
24	497 935	494 513	4 526	37 675	56 049	0	408 737	429 325	429 325	422 818	422 818
25	500 887	495 987	2 025	42 318	31 171	0	429 423	429 325	429 325	422 371	422 371
26	499 034	497 390	0	41 624	26 839	0	430 571	429 373	429 373	423 096	423 096
27	492 421	497 442	1 500	34 610	3 204	0	456 107	430 363	430 363	430 279	430 279
28	494 791	497 014	7 650	39 981	4 994	0	457 466	431 331	431 331	436 461	436 461
29	498 563	497 139	27 048	56 144	11 052	0	458 415	432 265	432 265	446 396	446 396
30	493 064	495 575	7 500	76 413	9 698	0	414 453	431 671	431 671	443 402	443 402
31	489 370	493 642	1 500	63 362	4 800	0	422 708	431 382	431 382	441 830	441 830
32	491 973	493 552	3 525	57 162	2 880	0	435 456	431 509	431 509	437 700	437 700
33	492 610	493 116	3 000	63 276	0	0	432 334	431 534	431 534	432 673	432 673
34	493 142	492 032	11 025	51 427	0	0	452 740	432 158	432 158	431 538	431 538
35	492 698	491 959	9 000	54 027	0	0	447 671	432 601	432 601	438 182	438 182
36	489 924	492 069	17 190	37 426	0	0	469 688	433 631	433 631	447 578	447 578
37	481 218	489 918	10 506	56 985	0	0	434 799	433 661	433 661	447 434	447 434
38	484 502	488 297	4 500	73 122	0	0	415 880	433 193	433 193	444 144	444 144
39	491 107	487 890	2 035	67 341	0	0	425 801	433 004	433 004	438 756	438 756
40	485 021	486 354	6 000	54 062	0	0	436 959	433 103	433 103	436 613	436 613
41	481 892	484 748	20 924	36 892	0	0	465 924	433 903	433 903	435 861	435 861
42	481 022	484 709	6 000	33 879	0	0	453 143	434 361	434 361	439 541	439 541
43	479 857	483 780	9 000	41 535	0	0	447 322	434 663	434 663	445 830	445 830
44	487 268	483 012	10 500	57 638	0	0	440 130	434 787	434 787	448 936	448 936
45	483 744	482 757	12 441	74 762	0	0	421 423	434 490	434 490	445 588	445 588
46	486 391	483 656	0	54 477	0	0	431 914	434 434	434 434	438 786	438 786
47	483 232	484 098	19 114	39 491	0	0	462 855	435 039	435 039	440 729	440 729
48	495 042	487 135	6 625	42 979	0	0	458 688	435 531	435 531	443 002	443 002
49	492 252	488 132	23 657	21 614	0	0	494 295	436 731	436 731	453 835	453 835
50	491 206	489 625	34 024	19 647	0	0	505 583	438 108	438 108	470 667	470 667
51	498 424	492 031	25 610	20 767	3 600	0	499 667	439 315	439 315	484 218	484 218
52	489 047	493 194	12 000	16 125	3 196	0	481 726	440 130	440 130	487 992	487 992

Source: OCCO

Le comité de marketing soulignait des améliorations dans la communication entre les offices provinciaux et l'OCCO en 1985. Les deux colloques mixtes de l'Office ont joué un rôle important dans la coordination des efforts de publicité et de promotion.

Un comité de marketing soulignait des améliorations dans la communication entre les offices provinciaux et l'OCCO en 1985. Les deux colloques mixtes de l'Office ont joué un rôle important dans la coordination des efforts de publicité et de promotion.

Suite au succès que connaissait en 1984 le livre de recettes "La formule magique", un deuxième livre de recettes sur la cuisson au four à micro-ondes était mis au point. Cet ouvrage, le plus récent, "Micro-oeuf et les jeunes chefs", initie les enfants à la cuisine en mariant les oeufs et le four à micro-ondes. Son contenu est intelligent et encourage la sécurité. Les critiques de l'art culinaire à l'échelle du pays l'ont acclamé.

L'OCCO a déjà mené une étude sur les attitudes des diététiciens canadiens vis-à-vis les questions de nutrition. On s'est inspiré d'une étude semblable du Egg Nutrition Centre menée auprès de diététiciens américains. Un occasion inusitée de relations publiques s'est présentée grâce aux liens d'Alex Baumann avec l'Office. L'OCCO a fait appel à un artiste canadien célèbre, Ken Danby, pour exécuter une peinture de Baumann — une peinture réalisée avec des oeufs. La technique de Danby, peindre à la détrempe à base d'oeufs, lui a valu une réputation internationale.

Pour compléter cette publicité dans les médias, l'OCCO émettait des communiqués de presse aux critiques en alimentation du Canada. L'Office a en outre participé à des promotions mixtes destinées au commerce de détail avec des entreprises de denrées alimentaires et la Commission canadienne du lait.

La recherche, sur les marchés, était encore une occupation majeure du service de marketing. En 1985, il commandait de nombreuses études, notamment des évaluations du matériel visant les points de vente des services alimentaires et des annonces télévisées en plus d'effectuer un sondage sur l'attitude des consommateurs vis-à-vis la question du cholestérol. Le service recevait aussi régulièrement des rapports sur les ventes d'oeufs au détail.

Face aux préoccupations des offices provinciaux et des producteurs concernant le cholestérol, l'OCCO s'est joint au Egg Nutrition Centre de Washington, D.C., fondé par l'American Egg Board et la United Egg Producers. Ce centre s'intéresse à la recherche

L'année dernière, l'OCCO a commencé à promouvoir l'impression de messages publicitaires à l'intérieur des contenants d'oeufs. L'Office a créé trois conceptions différentes sur lesquelles apparaissaient une recette. Le plus grand manufacturier de contenants en styro-mousse au Canada a accepté de susciter le plus grand usage possible de ces messages en renvoyant aux honoraires habituels d'impression. Il s'agit d'un pas très positif de franchi pour rejoindre les consommateurs puisqu'ils réagiront plus favorablement à une recette en la voyant au moment d'ouvrir le contenant.



Membres : Walter Dyck (Président)  
Raymond Laplante  
Don Hicks  
Bill Scott

On a ajouté à la campagne de l'OCCO dans les écoles en y incluant une brochure éducative pour accompagner le film "L'Oeuf extraordinaire". Un guide complet destiné à l'enseignant a été annexé au matériel de classe. Les commissions scolaires à l'échelle du Canada y ont recours. La recherche fondamentale menée dans les collèges et les universités canadiens sur les nouvelles façons d'utiliser les oeufs a été amplifiée par plusieurs nouveaux projets en 1985. Compte tenu de cet investissement important dans l'avenir de l'industrie des oeufs, l'OCCO s'est doté, vers le milieu de l'année, d'un gérant des recherches sur les nouveaux produits.

"L'artiste et l'athlète."



## COMITÉ DU MARKETING

### "Il faut rejoindre le consommateur"

Le comité du marketing évalue les propositions et les activités du Service de marketing et, par la suite, fait des recommandations au Conseil d'administration.

En 1985, l'OCCO a porté une attention particulière au secteur

des services alimentaires — hôtels, restaurants, hôpitaux, cafétérias — étant donné que cette industrie représente au moins 20 pour cent de la consommation d'œufs en coquilles.

En collaboration avec la

Fédération canadienne des chefs de cuisine, l'OCCO établissait un concours innovateur pour les étudiants et les apprentis du domaine culinaire. Le "Concours de recettes l'Oeuf extraordinaire" a attiré des participants de Nanaimo jusqu'à Charlottetown et, par coïncidence, des gagnants venaient de ces deux villes.

Pour consolider ses liens avec l'industrie, l'Office a mené deux promotions mixtes : à l'échelle nationale de concert avec les Hôtels Delta et une autre, régionale, (en Ontario et au Québec) avec une chaîne de 163 établissements. Ces deux campagnes figuraient dans une nouvelle publication destinée aux services alimentaires et intitulée "Jouez gagnant avec les œufs".

L'Office a accru son matériel pour les points de vente, comme les cartes auto-pliantes et les encarts aux menus, y ajoutant cinq plats — trois desserts et deux amuse-gueules.

De plus, l'OCCO introduisait aussi en 1985 un nouveau concept pour les restaurants et les salons : un "comptoir à omelettes" complet, duquel les clients peuvent choisir une variété d'ingrédients pour créer

une omelette à leur goût. Le comptoir à omelettes était en exposition lors de six des huit foires provinciales à l'intention des services alimentaires, organisées en collaboration avec les offices provinciaux respectifs.

Au niveau du consommateur, le plan de marketing de l'OCCO en 1985 visait à accroître la consommation d'œufs auprès de ceux qui font régulièrement usage des œufs. Par le biais d'une série d'entrevues avec des consommateurs, l'Office a déterminé au milieu de 1984 que les femmes de 18 à 49 ans constituaient le principal groupe de consommation. En outre, ces entrevues révélaient que d'autres membres de la famille influencent grandement leurs achats. De fait, les femmes âgées de 18 à 35 ans sont particulièrement influencées par leurs enfants.

Une campagne multi-média gravitait autour d'Alex Baumann, porte-parole de l'industrie des œufs et médaillé d'or olympique, afin de susciter les enfants à demander des œufs plus souvent et que les mères se plaisent à les offrir. Cette campagne marquait le retour de l'OCCO à la télévision après quatre ans d'absence. De la publicité à la radio et des annonces en couleur dans des revues nationales de consommation complétaient les commerciaux télévisés. Au début de l'été, une publicité sur des panneaux-réclame appuyait et consolidait le programme qui s'échelonnait sur toute l'année. Plusieurs offices provinciaux ont ajouté à la campagne en utilisant le matériel que leur fournissait l'Office pour placer des annonces auprès des médias.

"Une campagne multi-media gravitait autour d'Alex Baumann."



"L'OCCO a porté une attention particulière au secteur des services alimentaires."





Une décision du CNCPF incite une étude sur les parts du marché

<p>Le 30 mai, lorsque le CNCPF rendait une décision favorisant l'Alberta à savoir que le système national de commercialisation des oeufs excédait la base, des changements étaient recommandés aux allocations provinciales de contingents. Dans son jugement, le CNCPF acceptait les données de Statistique Canada qui révélaient que la production nationale avait dépassé la base originale du marché fixée à 475 millions de douzaines par année plutôt que les niveaux de production cités par l'OCCO. Pour leur part, les données de l'Office qui ne tiennent pas compte de la croissance de la production d'oeufs d'incubation, avant 1972, révélaient que la production était toujours en deçà de la base originale.</p> <p>C'est en 1972 que la base était fixée lorsque le système national de commercialisation des oeufs était créé. L'allocation nationale et les parts provinciales du marché étaient déterminées selon la tradition en prenant la production moyenne d'oeufs des cinq années précédentes.</p> <p>Conformément à la loi fédérale et à l'Accord fédéral-provincial, lorsque la production excède la base originale, les provinces ont droit à une part additionnelle du marché. Suite à la décision du CNCPF, les ajustements qui sont requis aux allocations provinciales de contingents ne peuvent être convenus immédiatement.</p> <p>Pour résoudre la question et permettre à l'OCCO de prolonger ses ordonnances actuelles sur les contingents, on a créé un comité ad hoc vers la fin du mois de juin 1985. Ce comité mixte, c'est-à-dire formé de trois représentants du CNCPF et de trois</p>	<p>CNCPF et de trois administrateurs de l'OCCO, est le mieux connu sous le nom de commission d'étude sur le procédé d'allocation des contingents de l'OCCO. Toutefois, on s'y réfère communément comme étant le comité ad hoc sur la situation au delà de la base.</p> <p>Le mandat du comité en question est de clarifier les questions d'ordre légal entourant les allocations provinciales de contingents, d'étudier les statistiques disponibles et de recommander des solutions aux problèmes divers.</p> <p>Les contraintes légales ont fait l'objet d'une étude par les conseillers juridiques à la fois de l'OCCO et du CNCPF. Les données statistiques disponibles et leur prévision ont aussi été étudiées par le personnel des deux organismes ainsi que par les autorités d'Agriculture Canada et de Statistique Canada.</p> <p>Les principaux problèmes ont été réduits à quatre sources d'intérêt particulier :</p> <p>1. La question à savoir si oui ou non les ajustements aux inventaires de poules de Statistique Canada, tirés du recensement de 1981 constituent la meilleure source de renseignements pour déterminer s'il existe une situation au delà de la base.</p> <p>2. La question à savoir si oui ou non l'augmentation de la production d'oeufs d'incubation depuis la période de base doit être prise en considération comme faisant partie intégrante des mises en marché pour déterminer s'il existe une situation au delà de la base.</p>	<p>3. La question à savoir si une situation au delà de la base est déclenchée par la production provinciale individuelle ou par la production totale d'oeufs au Canada.</p> <p>4. La question à savoir si dans le cadre de l'administration du système de pénalisation l'allocation d'oeufs peut ou devrait être convertie en des nombres de poules réglementées conformément à un taux de ponte moyen national ou à un taux provincial.</p> <p>Le rapport final du comité, dont réception est prévue pour 1986, dressera le sommaire des antécédents à ces questions en plus d'étudier les options disponibles et de présenter quelques recommandations.</p> <p>Membres : Ralph Barrie (Président) Maryon Brechin Eric Hammill Don Newcombe Bill Scott Floyd Van Slyke</p>
--	---	---

COMITÉ POUR L'ÉCOULEMENT DES EXCÉDENTS

Réduction des coûts d'expédition et de manutention

Le comité ad hoc pour l'écoulement des excédents a poursuivi le travail amorcé à la fin de 1984 visant la réduction des frais de l'écoulement des oeufs sur les marchés canadiens de consommation régulière. Le comité avait constaté au tout début de son travail que les plus grandes économies en ce moment n'allaient pas se réaliser à la ferme, mais plutôt aux postes de classement.

La seconde phase du programme d'écoulement des excédents, "l'élimination des boîtes", s'est solidement établie en 1985 et devrait être pleinement en vigueur dès le début de 1986. Plutôt que d'emballer les oeufs dans des boîtes en carton, ils sont placés sur des plateaux en plastique réutilisables qui sont à leur tour portés sur des palettes. Le coût du matériel d'emballage a considérablement diminué.

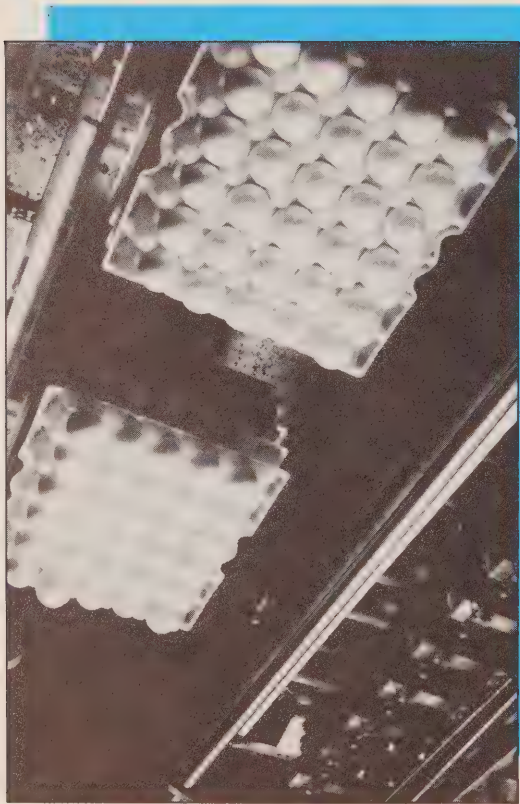
L'OCCO a conclu une entente avec les transformateurs sur une compensation couvrant les frais de manutention et de lavage des plateaux en plastique pour le reste de l'année 1986.

L'Office envisage actuellement une période d'essai de deux ans en ce qui touche la vente du produit "tel quel" à la production aux transformateurs. Selon cette proposition, les oeufs destinés au décoquillage ne seraient pas classés, ce qui réduirait d'avantage les coûts de manutention. Toutefois, un tel système implique l'élaboration par l'OCCO d'un nouveau système d'établissement des prix, les prix aux producteurs étant actuellement fixés uniquement pour le produit classé.

Membres : Ted Wiens (Président)  
Brian Dahms  
Bob Anderson  
Don Newcombe  
Maurice Tovel  
Bob Feldman

Une des grandes mesures de réduction des coûts du programme, "la coloration à la chaîne" au poste de classement, a été réalisée rapidement. La méthode traditionnelle de coloration des oeufs aux entrepôts après le classement et l'emballage coûtait un cent et demi la douzaine à l'OCCO. Maintenant, la coloration s'effectue aux postes de classement, coupant ainsi les coûts d'autant.

Chaque cent par douzaine économisé grâce à ce système se traduit par un gain global variant entre 350 000\$ et 400 000\$ par année.





## LE COMITÉ DU BUDGET

### Les revenus fixes sont une menace

En 1985, le processus budgétaire a fait l'objet d'un examen minutieux à mesure que l'Office s'efforçait de maintenir ses opérations et ses activités dans le cadre de revenus fixes et de coûts croissants.

L'OCCO est parrainé par le biais d'une redevance administrative prélevée sur chaque douzaine d'œufs mise en

marqué au Canada. La part de cette redevance qui revient à l'OCCO est de 1,5 cent la douzaine et demeure inchangée.

Les 21 et 22 août, le comité du budget se rendait dans chaque service afin de connaître leurs besoins budgétaires pour l'année 1986. Le comité s'est réuni avec chaque membre du personnel et fut mis au courant de leurs fonctions. Ainsi, le comité était en mesure d'évaluer le nombre de personnes-semaines requises pour effectuer le travail dans chaque service et de faire les prévisions budgétaires qui s'imposaient.

## COMITÉ DE LA VÉRIFICATION

### Un lien de 13 ans se poursuit . . .

Lors de sa réunion du 12 novembre 1985, le comité de la vérification autorisait la direction de l'OCCO à engager le cabinet Touche Ross et Cie à titre de vérificateurs. Le cabinet en question fut engagé pour vérifier les livres de l'OCCO chaque année, depuis la création de l'Office en 1973.

Membres : Scott Simmons (Président)  
Don Newcombe  
Floyd Van Slyke

Membres : Bill Schmitke (Président)  
Bill Scott  
Ted Wiens

Le comité mettait le Conseil en garde à savoir que les activités de la direction de l'Office pourraient être gênées dans le cadre des restrictions imposées par la redevance actuelle de 1,6 cent. Compte tenu de revenus fixes et des coûts à la hausse, la productivité et l'efficacité pourraient être menacées a-t-on dit au Conseil.

Le comité a ensuite demandé à la direction d'ajuster les budgets et de souligner les secteurs où il était possible de réduire les coûts. Enfin, il recommandait au Conseil d'administration d'établir les priorités de chaque service et de décider quels projets ou programmes seraient éliminés.





## COMITÉ CONSULTATIF

### Producteurs, transformateurs et consommateurs

Le comité consultatif agit comme consultant auprès de l'OCCO pour tous les aspects de l'exploitation et des politiques de l'OCCO en rapport aux intérêts des organismes représentés. En vertu de l'Accord fédéral-provincial, le comité a été établi pour représenter les intérêts des producteurs, des transformateurs et des consommateurs.

Il a en outre étudié des projets de recherche en cours visant la création de nouveaux produits à base d'oeufs et a discuté des rôles que jouent l'Office et les offices provinciaux de commercialisation afin d'assurer que les consommateurs reçoivent uniquement des oeufs de qualité.

Alors que cette année le comité consultatif se préoccupait principalement de l'exploitation de l'Office, il explorera plus activement en 1986 les répercussions des politiques de l'Office sur les groupes représentés au comité. Il fera des recommandations à l'OCCO qui, nous le souhaitons, contribueront à une meilleure harmonie dans le travail de l'Office avec ses associés.

Membres : Linda Boxall  
(Présidente)  
Allan Mattison  
Tony Greaves  
Jake Siemens  
R.E. Martin  
Bernie McKinley  
Craig Hunter  
R.M. Anderson  
Walter Metzger  
Brian Dahms  
Dina D'Ermo  
Marilyn Lister



COMITÉ DU COÛT DE PRODUCTION

Mise à jour de la formule d'établissement des prix

La formule qu'utilise l'OCCE pour établir le prix des oeufs au début de chaque mois a été mise à jour en 1985.

Afin de bien délimiter le contexte de travail du comité du coût de production l'an dernier, il importe de souligner que le sondage sur le CDP fut effectué durant le premier semestre de 1984 et tenait compte des données de 1983.

Le début de 1985 témoignait d'une analyse des coûts de production des oeufs et de discussions ultérieures entre le comité et le Conseil national de commercialisation des produits de ferme.

Le prix de juin 1985 tenait compte, pour la première fois, des données de 1983. Les données mises à jour sur le coût moyen national de production contribuaient à réduire l'adite moyenne de 0,8 cent la douzaine. Les coûts plus bas pour la moulee et les poulettes ont plus que compensé les augmentations dans les secteurs de la main-d'oeuvre, de l'amortissement, des frais généraux et des intérêts. La baisse globale reflète à la fois les gains de productivité et une certaine amélioration des méthodes statistiques utilisées.

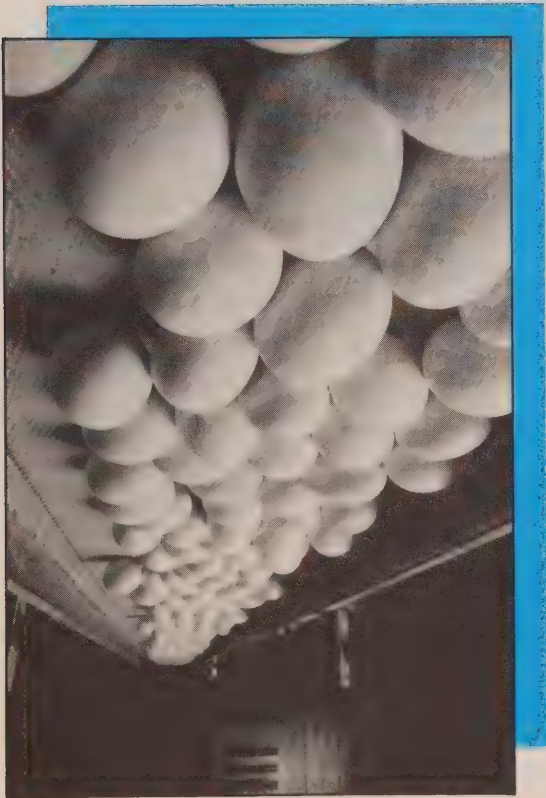
Le prochain sondage sur le CDP est prévu pour le début de 1987 auquel moment on demandera aux producteurs d'oeufs de fournir leurs coûts de production de 1986. Cela représente un intervalle de trois ans entre les sondages de mise à jour, soit le même intervalle qui précédait le plus récent sondage sur les coûts de 1983.

Pour sa part, le Conseil national de commercialisation des produits de ferme joue un rôle actif dans le travail du comité du coût de production.

Membres : David Kirk  
(Président)  
Bert Haneveld  
Bill Schmitke  
Bertrand Cloutier  
Fred Krahn  
Bill Scott  
Maurice Tovel  
(CNCPF)

Le comité s'efforce tout particulièrement d'assurer la plus grande participation des producteurs choisis au hasard dans le cadre des sondages. Au cours du dernier sondage, on s'est heurté à plusieurs difficultés à cet égard. La collaboration active des offices provinciaux et des producteurs individuels sera nécessaire pour assurer l'amélioration des résultats.

En 1986, le comité du coût de production se préparera pour le prochain sondage. Ces préparatifs incluent une étude détaillée et une révision du questionnaire utilisé pour le sondage ainsi que de la méthode d'analyse. Le comité abordera aussi d'importantes questions de politique relativement au choix de l'échantillonnage (les sondages précédents étaient limités aux producteurs dont les troupeaux variaient de 10 000 à 50 000 poules) et à la cueillette et l'utilisation des données provinciales.



Une meilleure situation des excédents en 1985

Certains marchés traditionnels pour les oeufs excédentaires se sont récemment épuisés comme les pays du tiers monde ont établi d'importantes entreprises d'oeufs dans l'espoir d'atteindre une auto-suffisance dans le secteur de la production alimentaire.

Bien que l'OCCO soit responsable de régir la production d'oeufs, l'élimination totale des excédents est quasi impossible.

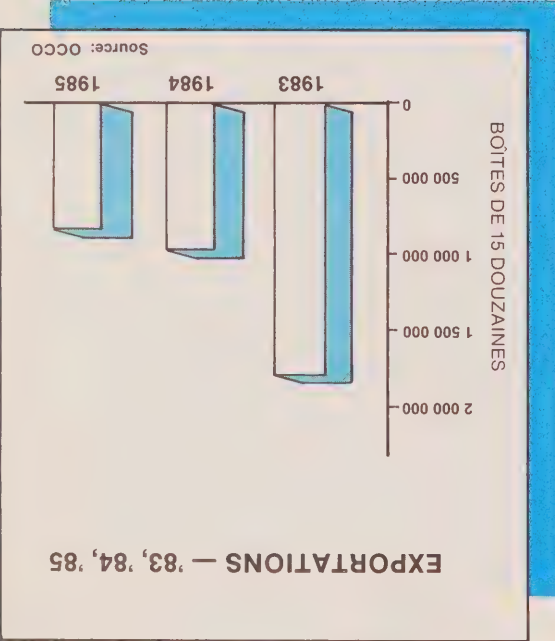
Habituellement, la demande pour les oeufs au Canada varie selon le temps de l'année. Elle est à son sommet pendant les périodes qui précèdent Noël et Pâques, alors qu'elle est considérablement plus faible en début d'année et durant l'été.

Si la production excédentaire était entièrement éliminée, des pénuries appréciables d'oeufs canadiens se produiraient aux moments où la demande atteint ses plus hauts niveaux. En conséquence, l'Office fixe les niveaux de production pour répondre aux besoins canadiens pendant la majeure partie de l'année, tout en sachant qu'il devra se heurter à des excédents lorsque la demande sera plus faible.

Les exportations d'excédents ont baissé de 24,7% pour atteindre 718 857 boîtes de 15 douzaines en 1985. Au cours de l'année précédente, les exportations ont été réduites de 46,7 pour cent par rapport aux niveaux de 1983 lorsque l'industrie des oeufs était submergée de produit excédentaire.

Les producteurs d'oeufs du Canada payent directement pour le programme d'exportation de l'OCCO; les coûts d'exportation des oeufs excédentaires ne sont pas transmis aux consommateurs dans le prix de détail.

Les prix des oeufs sur les marchés mondiaux sont faibles depuis plusieurs années. Beaucoup de pays producteurs d'oeufs se débarrassent des oeufs excédentaires à des prix qui ne couvrent même pas les coûts de production.





## La forte demande des transformateurs soulève l'optimisme

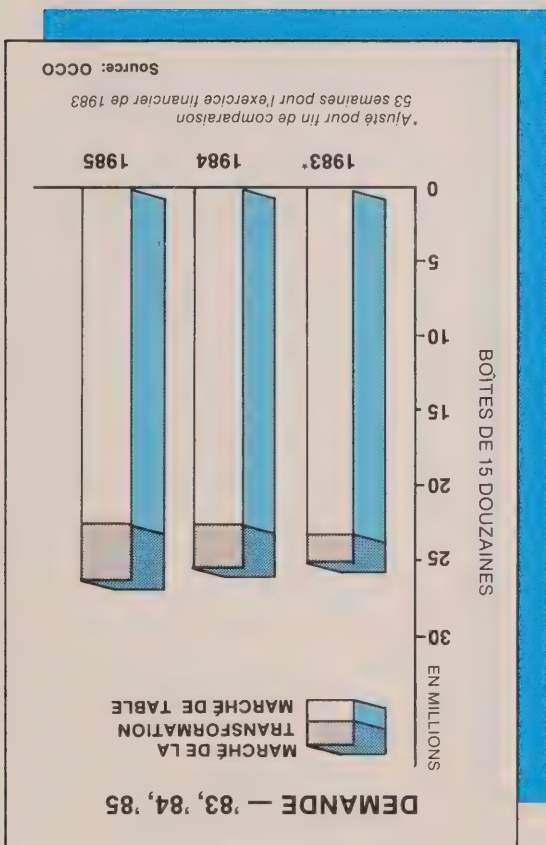
La frustration se faisait toujours sentir dans l'industrie des oeufs l'année dernière à cause de la demande stagnante pour les oeufs de consommation régulière, mais le marché en expansion des oeufs transformés a fait surgir un nouvel espoir pour une augmentation des ventes d'oeufs au pays.

Cependant, l'industrie de la transformation a continué de croître l'année dernière, dépassant même le succès de 1984, lorsque les oeufs destinés au décoquillage faisaient un bond impressionnant de 25,3 pour cent. La demande des transformateurs s'élevait d'un autre 10,7% en 1985.

En deux ans, la part du marché canadien des oeufs réservée aux transformateurs a passé d'environ sept pour cent à presque 10 pour cent.

précédente.

La demande pour les oeufs de consommation régulière était pratiquement la même : 22,88 millions de boîtes en 1985 comparativement à 22,90 millions de boîtes en 1984.



Hausse considérable des importations

Les importations étaient à la hausse pour la deuxième année consécutive en 1985. Elles ont augmenté de 24,1 pour cent — atteignant 410 284 boîtes de 15 douzaines comparativement à 330 649 boîtes l'année précédente.

L'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce permet aux pays ayant des systèmes de gestion des approvisionnements d'imposer des contrôles douaniers sur certains produits. En vertu de l'article 11 de cet accord commercial international, le Canada peut limiter les importations d'œufs, mais doit accepter qu'un nombre minimum d'œufs entrent au pays tous les ans.

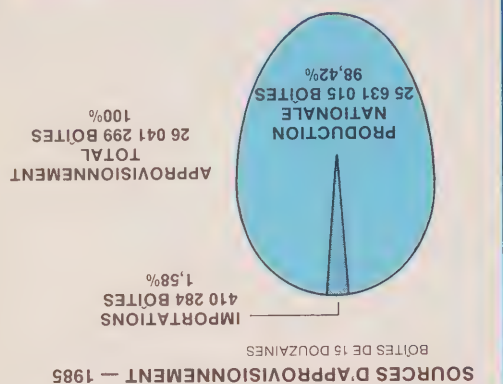
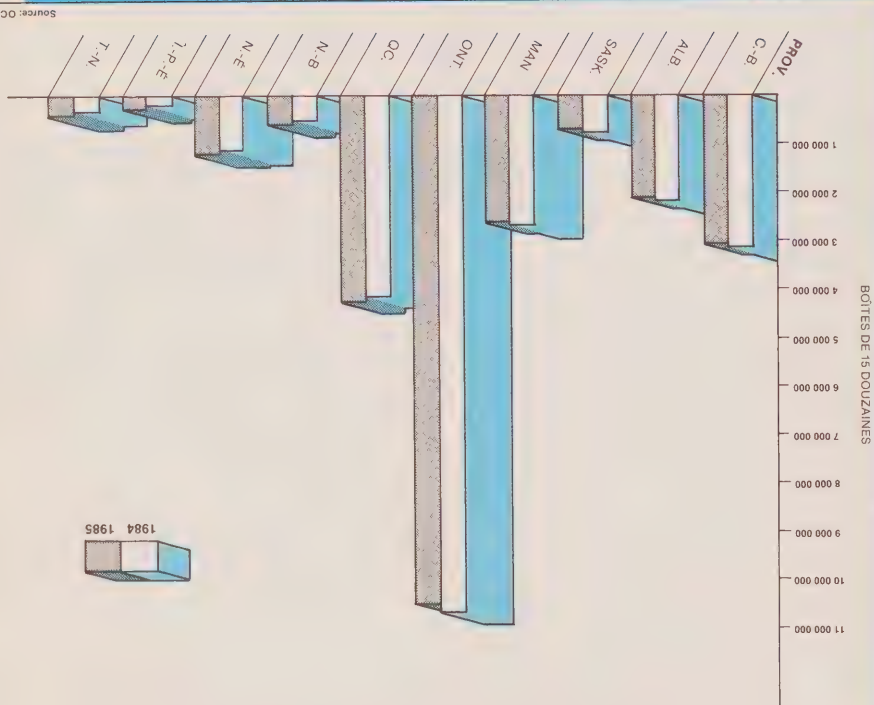
Les contingents d'importations globales sont déterminés chaque année et sont fixés à 0,675 pour cent de la production nationale de l'année précédente.

Des dispositions semblables existent pour les produits de transformation à base d'œufs. Le contingent annuel d'importations globales pour les œufs en poudre est fixé à 0,615 pour cent de la production d'œufs en coquille de l'année précédente. D'autre part, le contingent global des œufs liquides et surgelés est fixé à 0,415 pour cent.

La Direction des relations commerciales particulières des Affaires extérieures administre un système de permis visant à régir les importations. Des permis globaux sont émis aux importateurs habituels afin de répondre à l'engagement minimum du Canada. Outre ces

permis globaux, la Direction peut émettre des permis d'importations supplémentaires aux commerçants lorsque la quantité d'œufs produits au Canada ne suffit pas à la demande. L'année dernière, les importations représentaient environ 1,6 pour cent de l'ensemble des approvisionnements d'œufs canadiens. Une nouvelle ronde de négociations entre les pays membres du GATT doit commencer vers la fin de 1986.

CLASSEMENTS PROVINCIAUX — 84 VS 85



## La coupure du contingent en 1984 se fait valoir au niveau de l'offre en 1985

La production d'oeufs au Canada a baissé légèrement en 1985 reflétant la coupure de cinq pour cent dans le contingent une année plus tôt.

Les classements ont chuté à 25,6 millions de boîtes de 15 douzaines, l'année dernière, comparativement au niveau antérieur de 25,7 millions.

L'OCCO avait ordonné une coupure de cinq pour cent des contingents en 1984 pour lutter contre l'augmentation des excédents. Avant cette coupure, les excédents avaient gonflé de près de 41 pour cent, entraînant des coûts très élevés dans le cadre des programmes d'écoulement des excédents de l'OCCO.

La coupure, qui fut réussie, a été intégrée progressivement au cours des trois premiers mois de 1984. Ainsi, cette année-là, la production au premier trimestre était beaucoup plus élevée que durant la même période de 1985. Conséquemment, les chiffres montrent que l'ensemble de la production avait, elle aussi, diminué en 1985.

Alors qu'au Québec et dans les provinces de l'Atlantique la production connaissait une légère augmentation l'an dernier, le nombre inférieur de les provinces de l'Ouest a fait baisser la production totale.

L'Ontario était encore la plus importante province productrice d'oeufs, ses classements s'élevant à 10,5 millions de boîtes. Le Québec se classait deuxième avec 4,2 millions.

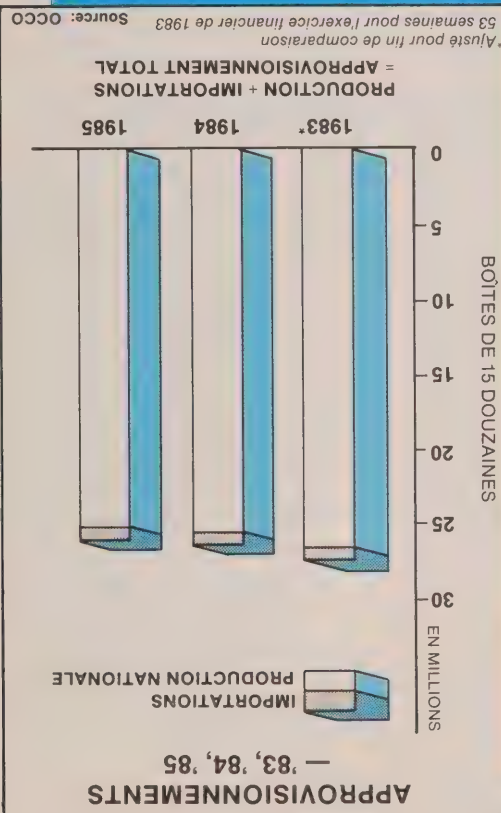
## Placements de poulettes — en milliers

	1984	1985*	Changement en %
Colombie-Britannique	2,828	2,923	+3,4
Alberta	2,435	2,452	+0,7
Saskatchewan	1,178	1,080	-8,3
Manitoba	3,051	2,980	-2,3
Ontario	9,125	9,026	-1,1
Québec	3,274	3,165	-3,3
Région de l'Atlantique	2,046	1,964	-4,0
Total	23,937	23,590	-1,4

\* L'exclusion des mouvements interprovinciaux et des importations de poulettes d'élevage

\* Données préliminaires

Sources: Rapport sur le marché avicole  
Agriculture Canada





Les oeufs de calibre gros, vendus aux transformateurs de l'Ontario se situaient à 55 cents la douzaine au début de l'année — 50 cents de moins que l'an dernier auquel moment une épidémie d'influenza avait aux États-Unis contribué à faire grimper le prix du produit destiné au découillage au Canada.

En 1985, le prix a augmenté régulièrement pendant le premier trimestre, pour diminuer au cours du second avant de reprendre son ascension à un sommet de 86 cents la douzaine en novembre. Le prix a pris du recul au dernier mois et a terminé l'année à 70 cents.

L'OCCO fixe aussi le prix payé par le transformateur qui reflète les prix des oeufs aux États-Unis. Cela permet à l'industrie canadienne de la transformation de concurrencer équitablement son homologue américain sur les marchés nationaux.

Comme l'OCCO et le Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles n'en sont pas arrivés à un contrat d'établissement des prix pour 1985, la formule d'établissement des prix figurant au contrat de 1984 a été utilisée encore l'an dernier.

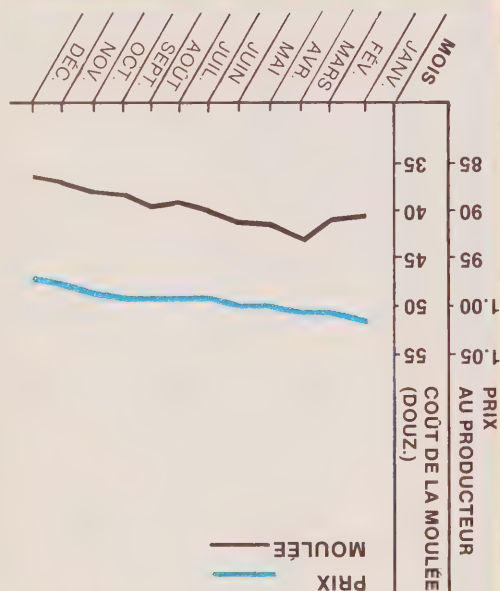
Le prix payé par les transformateurs canadiens est fonction de ce qu'il en coûterait pour recevoir le produit tel quel à la production destiné au découillage à Toronto en provenance du Midwest américain. Le taux de change est inclus dans le calcul.

Le tarif douanier canadien de 3,5 cents la douzaine est ajouté ainsi que des frais de lavage d'un cent la douzaine. On inclut un facteur de conversion de 2,5 cents puisque le rendement en oeufs liquides d'une caisse lourde de 30 douzaines d'oeufs destinés au découillage aux États-Unis est un peu plus élevé qu'une caisse de gros oeufs au Canada. Le prix payé par les transformateurs pour d'autres calibres est basé sur le rendement liquide de 30 douzaines d'oeufs par rapport à celui de gros oeufs.

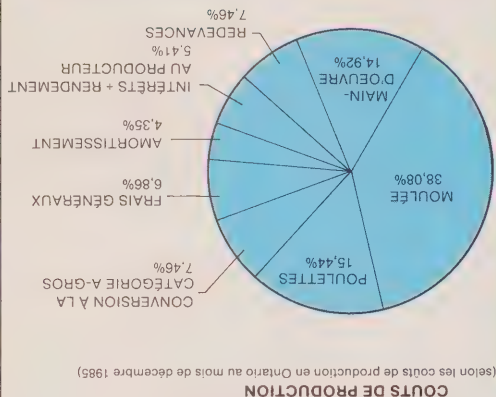
L'OCCO prévoyait, l'année dernière, ajouter cinq cents à la redévance de deux cents régissant la commercialisation ordonnée du produit incluse dans la formule d'établissement des prix de 1984. On a augmenté la redévance d'un cent en avril et on l'a haussée de deux autres cents en juillet. Toutefois, l'augmentation de deux cents prévue pour le mois d'octobre était annulée.

## COÛTS DE LA MOULÉE : RÉPERCUSSIONS SUR LE PRIX DES OEUFS

— Prix par douzaine d'oeufs de catégorie A-gros en Ontario



Source: OCCO



(selon les coûts de production en Ontario au mois de décembre 1985)

Source: OCCO

En 1985, le prix des oeufs baissait considérablement

Refletant des coûts moins élevés de moulée, les prix versés aux producteurs pour les oeufs atteignaient, à la fin de 1985, leur plus bas niveau en 30 mois. Les prix à la ferme des oeufs de catégorie A-Gros ont baissé de six cents dans la plupart des provinces au cours de l'année dernière. Deux exceptions : le Manitoba où le prix a diminué de quatre cents et le Nouveau-Brunswick, où il chutait de sept cents étant donné l'écart dans les coûts provinciaux. En dépit des sécheresses sérieuses dans l'Ouest canadien l'été dernier et des pluies pendant la récolte automnale, les récoltes abondantes ailleurs dans le monde ont fait baisser les prix sur les marchés nationaux de céréales fourragères.

En janvier, un producteur ontarien payait 41 cents la moulée pour produire une douzaine d'oeufs. En décembre, les coûts de la moulée avaient baissé à 35,7 cents la douzaine. La moulée est l'intrant le plus coûteux dans la production d'oeufs.

Le coût des poulettes était aussi moindre en 1985, reflétant de moins grands déboursés pour la moulée. La diminution du coût des poulettes, durant l'année, variait entre 1,11 cent la douzaine en Saskatchewan et 2,58 cents à l'Île-du-Prince-Édouard.

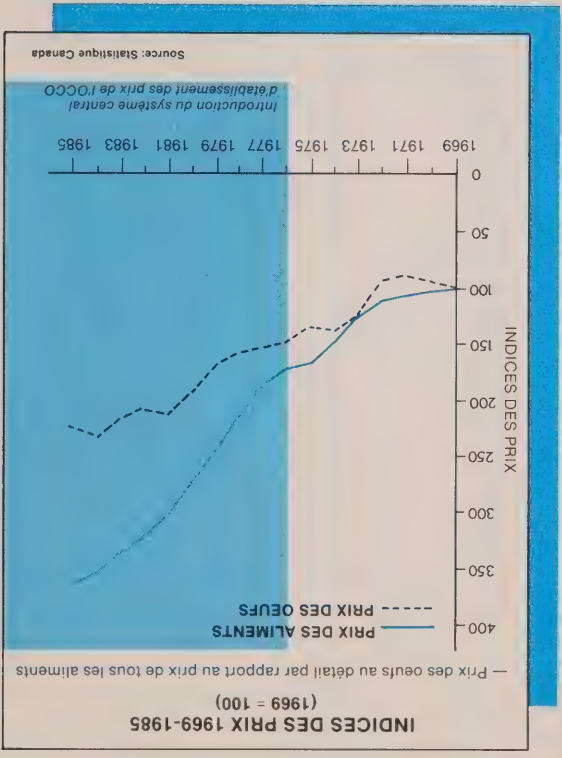
La baisse des coûts de la moulée et des poulettes a plus que compensé la hausse des coûts de main-d'oeuvre l'année dernière. Les augmentations, pour la main-d'oeuvre, se situaient entre leur plus bas niveau, soit 1,45 cent la douzaine à Terre-Neuve et leur plus élevé, soit 1,98 cent en Colombie-Britannique.

L'Office canadien de commercialisation des oeufs fixe au début de chaque mois le prix payé aux producteurs pour les oeufs de catégorie A-Gros. Le prix est calculé à l'aide d'une formule mathématique selon laquelle on établit les coûts de production des oeufs.

Avant d'ajuster les prix, l'Office fait état des résultats de ces calculs au Conseil national de commerce de ferme, un organisme du gouvernement fédéral.

L'OCCO fixe le prix des autres calibres — extra-gros, moyens et petits — après consultation avec les offices provinciaux de commercialisation. Ces prix reflètent l'offre et la demande pour chacun des calibres.

Dans l'ensemble, les prix payés aux transformateurs pour les oeufs ont augmenté pendant toute l'année 1985, mais certaines baisses ont marqué le dernier mois.





L'OCCO réagit au défi du marché

Le Projet d'expansion pour l'industrie de l'OCCO, une réaction à des changements marqués dans le marché des oeufs au Canada, était le point de mire de la direction pendant une bonne partie de 1985. Même si l'augmentation de la demande du secteur de la transformation au cours des deux dernières années est une bonne nouvelle, cette situation se répercute sur les finances de l'OCCO.

Habituellement, une redévacance sur chaque douzaine d'oeufs mise en marché au Canada subventionnait les ventes aux transformateurs. Comme il s'agit d'une redévacance fixe et que les ventes aux transformateurs ont augmenté, les revenus de cette contribution ne suffisent plus à défrayer l'ensemble des coûts du programme d'aide.

Le Conseil national de commercialisation des produits de ferme rejetait une proposition de hausser cette redévacance alléguant qu'il n'était pas raisonnable d'imputer aux consommateurs une réduction de prix aux transformateurs.

Le Projet d'expansion pour l'industrie confrontait le problème de cette redévacance fixe par le biais de coupures dans les coûts.

Des représentants de l'industrie et du gouvernement ont grandement discuté du projet après sa première mise en circulation. Suite à ces discussions et à la demande du Conseil d'administration de l'OCCO, la direction révisait le projet.

L'OCCO n'achètera pas d'actions de l'industrie de la transformation, comme le recommandait originellement le projet. On suggérait qu'en s'associant au secteur de la transformation, l'Office serait mieux armé pour appliquer des

programmes de réduction des coûts tout en contribuant ses compétences en

commercialisation pour promouvoir les produits de transformation à base d'oeufs. Cependant, les transformateurs exprimaient de grandes réserves quant à la présence de l'OCCO à la table du Conseil et on abandonnait la proposition.

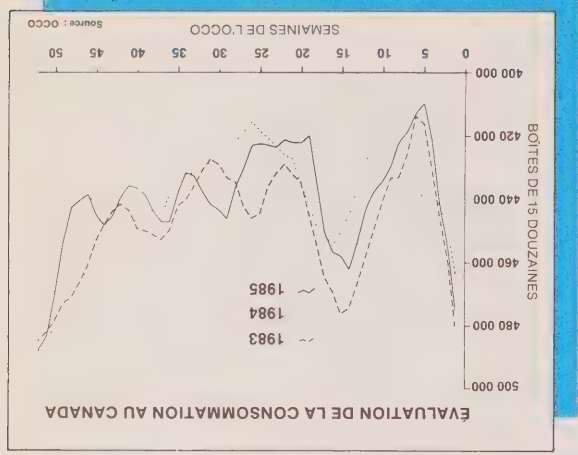
Toujours en réaction aux préoccupations des transformateurs, l'Office mettait en suspens des projets d'entreposage de produits de transformation à base d'oeufs pendant des périodes de faible demande pour les revendre aux décoquilleurs lorsque les approvisionnements sont plus serrés.

Plusieurs propositions de diminution des coûts, déjà appliquées par la direction dans certaines régions du pays, ont été freinées dans d'autres pour faire place à des discussions détaillées avant que l'industrie des oeufs ne s'engage à longue échéance. Ces innovations comprennent le remplacement de boîtes de carton par des plateaux en plastique servant à l'expédition des oeufs aux transformateurs. Ces plateaux sont empilés sur des palettes qui se chargent plus facilement et plus rapidement. On a déjà réalisé des économies substantielles dans les coûts de maintenance et d'expédition aux endroits où les plateaux en plastique sont utilisés.

Actuellement, plusieurs postes de classement colorent les oeufs "à la chaîne". Comme la coloration s'effectue en même temps que le classement, on peut expédier les oeufs destinés au décoquillage directement du classeur au transformateur. Il n'est pas nécessaire de les expédier à un entrepôt où ils seraient déballés, colorés et emballés de nouveau avant de les expédier au transformateur.

La direction envisage un système pour le produit "tel quel à la production" par lequel les oeufs se vendront au transformateur selon le poids, sans avoir été classés. Il va de soi que si le transformateur n'a pas besoin d'oeufs classés, l'Office n'a pas à faire cette dépense superflue. Le travail préliminaire est déjà commencé en vue d'un système

en vue d'un système produit tel quel à la production qui est destiné au décoquillage. En mai dernier, les Signataires du plan national de commercialisation des oeufs prenaient la route après une réunion tenue à Hull, Québec, sans qu'aucune mesure concrète n'ait été prise sur l'établissement des prix et la réglementation des contingents. La direction de l'OCCO travaille toujours sur des propositions visant à régler ces questions litigieuses. À cette réunion, les Signataires ont parlé de l'offre des Territoires du Nord-Ouest de s'intégrer à l'industrie des oeufs, mais n'ont posé aucun geste en rapport à leur demande de contingent.





## Un pionnier de la commercialisation des oeufs prend sa retraite

Le dernier des pères fondateurs de l'OCCO a décidé de quitter l'Office en 1985. Harold Crossman, président de l'OCCO, nous quittait pour se retirer sur sa ferme en Saskatchewan. Il était au service de l'OCCO depuis sa création en 1972.

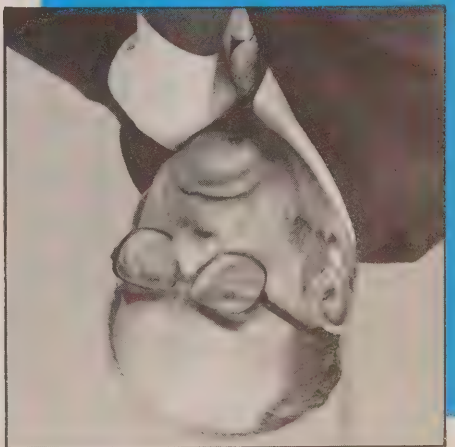
La carrière de Crossman s'étend sur toute l'histoire de la commercialisation organisée des oeufs au Canada. Il occupait les premiers rangs à la fin des années 1960 et au début des années 1970 lorsque les producteurs d'oeufs ont commencé à faire pression pour un système de commercialisation ordonnée.

Crossman a représenté les producteurs de la Saskatchewan au Conseil d'administration de l'OCCO et a été président intermédiaire deux fois avant d'être nommé président en 1982. Au moment où il se retirait, il était le seul membre ayant siégé au premier Conseil d'administration de l'OCCO.

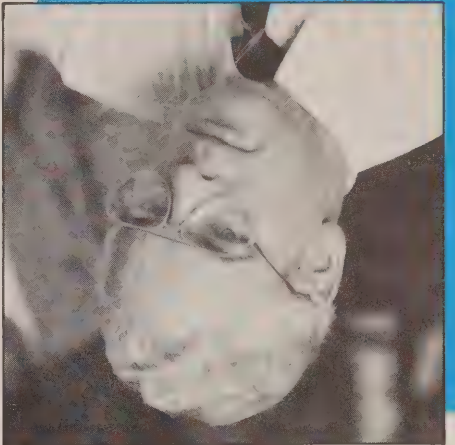
## Aucune nomination pour remplir le poste de directeur en province

Un siège a été libre pour une bonne partie de 1985 au Conseil d'administration de l'OCCO suite au départ, en mars, de Doreen Thomas, directrice en province de l'OCCO depuis 1981.

Thomas, originaire de London, Ontario, fut nommée pour deux mandats consécutifs d'une année par l'ancien ministre fédéral de l'Agriculture, Eugene Whelan, qui avait qualifié cette dernière de représentante des consommateurs auprès du Conseil de l'Office.



BERT HANVEELD  
Ile-du-Prince-Édouard



SCOTT SIMMONS  
Terre-Neuve

## Un vétéran de la production d'oeufs en Ontario est nommé à la présidence

Après une vacance de près de la moitié d'une année, le poste le plus important à l'OCCO était rempli par Stan Steen, producteur et classé de A1, de l'Agriculture, John Wise, nommé Steen président le 9 août.

Steen oeuvre dans l'industrie des oeufs depuis plus d'un quart de siècle. Il est actif en politique des oeufs depuis les 10 dernières années.

Depuis 1976, Steen était administrateur de l'Office de commercialisation et des producteurs d'oeufs de l'Ontario. Il a représenté l'Ontario auprès du Conseil de l'OCCO de 1977 à 1983.

Au cours des quatre dernières années, il travaillait à la Commission internationale pour les oeufs pour le compte du Conseil canadien des producteurs d'oeufs. Il était à la tête du comité de gestion des approvisionnements de la Commission et il est actuellement président du comité des producteurs.

## La directeur général démissionne après cinq ans de service

Jean Brassard, directeur général de l'OCCO depuis 1981, donnait sa démission de 12 décembre. Le Conseil d'administration a nommé Gib Shoullice à ce poste. Il était l'ancien adjoint administratif de Brassard.

dans le cadre de votre système et qui étaient exportées aux États-Unis. Des mesures très positives ont été prises en ce sens, surtout au cours des trois dernières années, et nous en sommes reconnaissants."

Hoffer soulignait la question du cholestérol comme la plus grande menace actuelle pour les industries du Canada et des États-Unis. Même si aucune étude n'a établi un lien définitif entre le cholestérol diététique et les maladies du cœur, les consommateurs continuent à délaisser les oeufs, disait-il.

L'OCCO a accepté de collaborer avec la UEP et l'American Egg Board en ce qui touche le Egg Nutrition Centre de Washington D.C.

## L'OCCO recommande au gouvernement fédéral de ne pas inclure les oeufs dans les négociations commerciales

L'OCCO a sommé le gouvernement fédéral de ne pas utiliser les oeufs comme outil de négociation dans les pourparlers sur le libre-échange qui doivent avoir lieu avec les États-Unis.

"Le dénouement (des négociations commerciales) est vital pour les producteurs d'oeufs du Canada", disait l'Office dans son exposé de principe sur le libre-échange

présenté en octobre au ministre de l'Agriculture, John Wise. "Ces négociations pourraient mener à des changements destructeurs dans l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce. Elles pourraient aussi se solder par l'échange d'une industrie des oeufs viable contre la recherche de gains dans d'autres secteurs."

L'OCCO s'oppose à tout changement au GATT qui éliminerait les contrôles douaniers permis par cet accord lorsqu'un pays possède un système national de gestion des

approvisionnement. Si cela se produisait, une gestion efficace des approvisionnements au Canada serait impossible.

La libéralisation des ententes commerciales et/ou la levée des restrictions sur les importations empêcheraient les producteurs d'oeufs de récupérer leurs coûts de production et entraîneraient un amoindrissement considérable de l'industrie des oeufs ainsi que des coûts élevés de réorientation, disait l'OCCO.

## Aucun changement dans les redevances au début de 1986

Les redevances de 1985 ont été prolongées au premier trimestre de 1986 lors de la dernière réunion de l'année des administrateurs de l'OCCO.

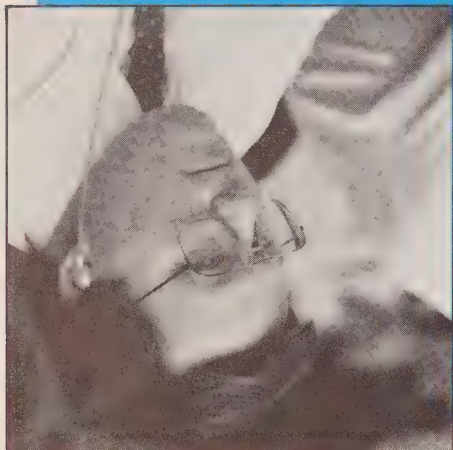
La part de l'OCCO de la redevance administrative, qui finance les programmes de publicité et de promotion ainsi que ses activités quotidiennes, a été maintenue à 1,5 cent la douzaine.

La redevance défrayant l'écoulement des excédents sur le marché de la consommation régulière demeure à 6,5 cents la douzaine. Sur cette redevance, trois cents proviennent directement de la poche des producteurs qui appuient financièrement le programme d'exportation de l'OCCO. A plusieurs reprises, l'OCCO a tenté de réduire cette redevance puisque les exportations ont diminué pour une deuxième année, mais le CNCPF a fermement rejeté ses appels.

Les autres 3,5 cents de la redevance sur les excédents, comme la redevance administrative, sont compris dans le prix à la ferme que fixe l'OCCO. Ce montant subventionne les ventes aux transformateurs canadiens.



BILL SCOTT  
Ontario



RAYMOND LAPLANTE  
Québec



DON HICKS  
Nouveau-Brunswick





WALTER DYCK  
Colombie-Britannique



TED WIENS  
Saskatchewan



BILL SCHMITKE  
Manitoba

contingent au-delà de la base et, en échange, le CNCPP approuvait les ordonnances de contingents.

Le CNCPP rejetait les ordonnances de contingents de l'OCCO pour le 1er juillet, une décision qui menaçait les bases du système de gestion des approvisionnement.

Le CNCPP trouvait une faille dans les calculs de l'Office quant à la production nationale d'oeufs suite à un appel de l'Office de commercialisation des oeufs de l'Alberta. Après une enquête formelle, le CNCPP déclarait le 30 mai qu'il manquait environ 31 millions de douzaines dans l'estimation de l'OCCO, soit de 460 millions de douzaines pour la production de 1984.

Selon le CNCPP, la production d'oeufs avait dépassé la base d'origine de 475 millions de douzaines établie en 1972 et qui avait été divisée en parts du marché parmi les provinces lors de la naissance du système national de commercialisation des oeufs.

Des dispositions de l'Accord fédéral-provincial sur la commercialisation des oeufs, ainsi que de la législation fédérale, exigent que l'Office distribue un plus grand nombre de parts du marché lorsque la production est supérieure à cette base originale.

"Il y a lieu d'accepter l'estimation que fait Statistique Canada de la production d'oeufs et, de ce fait, le CNCPP est d'avis qu'une situation au-delà de la base existe non seulement par rapport au niveau de production de certaines provinces, mais aussi par rapport à l'ensemble du Canada", disait le CNCPP. L'OCCO soutenait qu'on ne devait pas inclure les oeufs d'incubation dans les mises en marché réelles, comme l'a fait Statistique Canada, pour établir la production d'oeufs.

Les décisions du CNCPP sont survenues à un moment critique. L'OCCO apprenait la décision à peine quelques jours avant le moment prévu de mise en vigueur des ordonnances de contingents. Sans ces ordonnances, aucun contrôle ne serait exercé sur le commerce des oeufs entre les provinces.

Afin d'éviter cette situation, une entente de dernière minute a été conclue avec le CNCPP qui prévoyait la formation d'un comité pour déterminer comment le contingent au-delà de la base serait partagé parmi les provinces.

(Voir p. 18, Rapport du comité du contingent au-delà de la base.)

## Les deux parties ont acclamé le sommet

### historique sur les oeufs

C'est avec enthousiasme que les représentants des producteurs d'oeufs du Canada et des États-Unis ont réagi à leur première rencontre officielle le 18 mars et ils se sont engagés à se réunir de nouveau en 1986.

Les têtes dirigeantes de l'OCCO et de la United Egg Producers (UEP) ont discuté de questions commerciales et de problèmes communs à leurs industries, dont la controverse sur le cholestérol.

Le président de la UEP, Doug Hoffer, disait que cette réunion était attendue depuis longtemps. "Les préoccupations des producteurs américains concernant le commerce ont été discutées franchement et ouvertement. Une meilleure compréhension de la part des producteurs du Canada et des États-Unis en a transpiré. L'échange d'informations sur le nombre d'oeufs et de produits à base d'oeufs traversant les frontières a été fort utile."

"Je crois que les producteurs américains ont apprécié les efforts de l'OCCO dans le but de réduire les excédents produits



**OCCO : le système de commercialisation des oeufs n'épuise pas les fonds fédéraux**

Les politiciens devraient résister à toute tentation d'altérer la commercialisation réglementée des oeufs, disait l'OCCO dans un rapport au gouvernement fédéral en mai.

En réponse à l'invitation du ministre fédéral des Finances Michael Wilson de commenter sur l'économie canadienne, l'Office rappelait au gouvernement que grâce au système de gestion des approvisionnements, les producteurs d'oeufs, contrairement à beaucoup d'agriculteurs aujourd'hui, n'ont pas besoin d'aide fédérale.

L'Office mettait en garde contre le désastre que constituerait la déréglementation de l'industrie des oeufs et la suppression subséquente des contrôles d'importations dans l'un des rares secteurs de l'agriculture canadienne qui se portent bien.

"Alors que l'OCCO reconnaît le besoin d'une révision complète de la politique économique, nous croyons que l'application d'initiatives politiques de grande envergure pourrait s'avérer néfaste pour des industries canadiennes spécifiques", disait l'OCCO dans son rapport.

"Le genre d'intervention économique qui a permis d'éviter la chute de l'industrie canadienne des oeufs au début des années 1970 est plus pertinente aujourd'hui qu'elle ne l'a jamais été."

Les programmes de gestion des approvisionnements s'auto-financent, rappelait l'OCCO au gouvernement. La commercialisation réglementée des oeufs fut lancée en 1973 grâce à un subside fédéral de 100 000\$. Depuis, il n'y a eu aucune contribution de fonds publics.

Un sondage confirme des prix raisonnables pour les oeufs, mais le faible taux de réponse inquiète

La formule des coûts de production servant à fixer le prix versé aux producteurs pour les oeufs de catégorie A-Gros était mise à jour en juin, suite à l'approbation des administrateurs de l'OCCO des conclusions d'une étude de deux ans sur les facteurs influençant les coûts.

Les administrateurs de l'OCCO acceptaient les résultats d'un sondage national mené auprès des producteurs au printemps de 1984 afin de déterminer les coûts réels de production d'une douzaine d'oeufs. Le Conseil national de commercialisation des produits de ferme a aussi donné son approbation.

Alors que le sondage confirmait que la formule d'établissement des prix avait reflété correctement les coûts, l'Office et le Conseil s'alarmaient face à la piètre participation des producteurs.

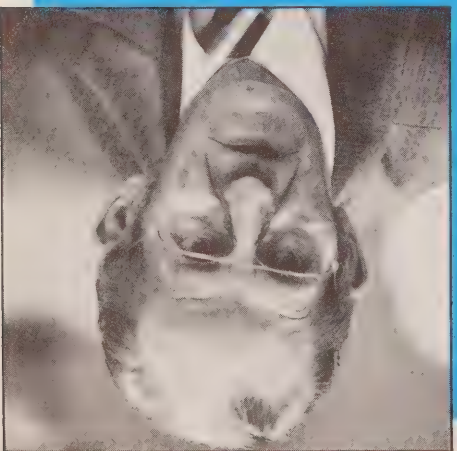
Presque la moitié des producteurs à qui on a demandé de prendre part au sondage ont refusé, ce qui a soulevé des préoccupations quant à la crédibilité du sondage ainsi que sur l'avenir du système d'établissement des prix.

(Voir p. 14, Rapport du comité sur les coûts de production.)

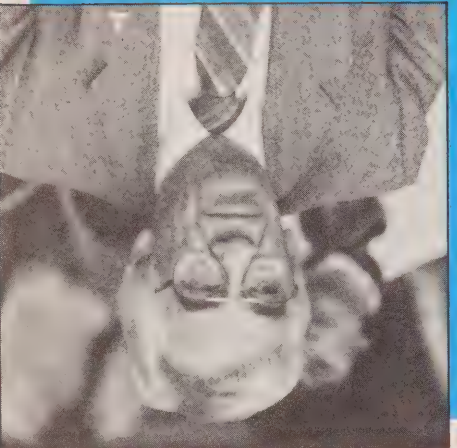
**Un compromis ouvre la voie aux ordonnances de contingents**

Un compromis de dernière heure entre l'OCCO et le CNCPF sur les ordonnances de contingents écartait une menace sérieuse à la commercialisation réglementée des oeufs.

L'OCCO a accepté la création d'un comité mixte composé de membres du CNCPF et d'administrateurs de l'Office pour régler la question du



DON NEWCOMBE  
Vice-président (N.E.)



FLOYD VAN SLYKE  
Deuxième vice-président (Alb.)



STAN STEEN  
Président

L'industrie des oeufs peut considérer 1985 comme une année de transition au cours de laquelle une route audacieuse fut tracée quant à son avenir.

La demande pour les oeufs de consommation régulière est demeurée stagnante. En fait, la consommation a quelque peu diminué par rapport au rythme de l'année précédente. Toutefois, pendant que l'industrie se heurtait au problème d'accroître la consommation d'oeufs au Canada, la croissance du marché de la transformation était de bon augure.

Cependant, cette situation en elle-même se voulait un problème sérieux pour l'Office canadien de commercialisation des oeufs. La redevance qui sert à parrainer le marché national

de la transformation des oeufs ne suffit plus à couvrir le coût des ventes aux transformateurs. Pendant ce temps, la redevance d'exportation de l'OCCC est plus que suffisante puisque les exportations ont été considérablement réduites au cours des deux dernières années.

Que doit faire l'OCCC?

Pour régler ces problèmes, l'Office élaborait son Projet d'expansion pour l'industrie, une stratégie d'ensemble pour l'avenir de l'industrie des oeufs.

Le plan fait état des principales initiatives de réduction et de récupération des coûts, dont plusieurs sont déjà en application. Des consultations et des négociations avec tous les membres de l'industrie des oeufs sont en cours dans d'autres secteurs.

Dans son projet, l'OCCC suggère de porter le lourd fardeau de ses programmes de commercialisation à l'appui des transformateurs canadiens de sorte à créer des marchés pour leurs produits. Toute forme de croissance additionnelle pourrait bénéficier à la fois aux transformateurs et aux producteurs.

En travaillant plus étroitement avec les transformateurs, nous prévoyons améliorer les relations avec ce secteur si important de l'industrie des oeufs. Effectivement, nos rapports ont été tendus dans le passé. Si nous voulons que l'industrie des oeufs obtienne le stimulant nécessaire, il faut unir nos efforts et non les opposer. De meilleures relations entre les transformateurs et l'OCCC constituent la pierre angulaire du Projet d'expansion pour l'industrie.

Outre le projet d'expansion, les défis sont nombreux en 1986.

Les partenaires du plan national de commercialisation des oeufs doivent régler la question des parts provinciales du marché, un point qui date de longtemps et qui constitue une menace sérieuse à la stabilité de notre système national.

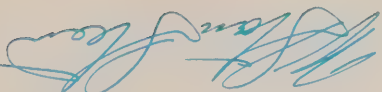
L'établissement des prix provinciaux est une autre question à traiter cette année. Il faudra élaborer un système de prix selon lequel les producteurs de toutes les provinces pourront toucher un revenu équitable.

Des négociations sur le libre-échange avec les États-Unis sont au programme cette année. Les enjeux sont importants pour l'industrie des oeufs. Sans contrôles frontaliers régissant les importations, les oeufs américains écraseraient notre système de gestion des approvisionnements. L'OCCC doit prouver aux négociateurs fédéraux que le système de commercialisation est bien géré, qu'il est efficace en plus de recevoir l'appui de toutes les provinces et de tous les secteurs de l'industrie des oeufs. Il ne faut pas que notre industrie devienne un outil de négociation pour obtenir des concessions dans d'autres domaines.

Ce sont les défis qui nous attendent. Je suis convaincu que nous les relèverons avec beaucoup d'énergie et de vigueur et qu'ils nous donneront l'occasion de consolider l'industrie canadienne de production d'oeufs.

À titre de président de cet Office, je m'engage à veiller à ce que notre industrie maintienne sa place dans l'avenir du pays.

Sincèrement,

  
Stan Steen  
Président



**TREIZIÈME RAPPORT ANNUEL  
DE  
L'OFFICE CANADIEN DE  
COMMERCIALISATION DES OEUFS**

présenté au ministre  
de l'Agriculture,  
l'honorable John Wise

au Conseil national de  
commercialisation des produits de ferme

et

à la Treizième conférence annuelle des producteurs

**Mardi, le 25 mars 1986  
Ottawa, Canada**

L'Office canadien de  
commercialisation des oeufs est un  
organisme statutaire, qui fut établi  
le 12 décembre 1972 par  
proclamation du Gouverneur  
général en Conseil. L'OCCO est  
responsable, en vertu de la loi  
fédérale et d'un Accord fédéral-  
provincial :

- d'établir le prix des oeufs à la  
ferme;
- de régir les approvisionnement  
nationaux;
- d'écouler les oeufs excédant les  
besoins des marchés nationaux;  
et
- de promouvoir la consommation  
d'oeufs.

L'Office exerce ses pouvoirs en  
collaboration avec les offices  
provinciaux de commercialisation  
des oeufs.





Conseil d'administration de l'Office canadien de commercialisation des oeufs — 1985

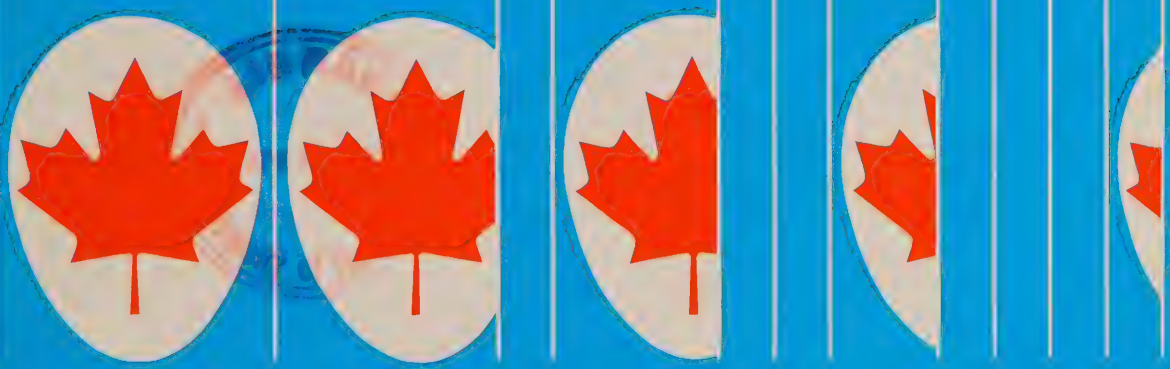
À l'avant (de gauche à droite) : Don Hicks (N.-B.), Don Newcombe (N.-E.), Stan Steen (Président), Floyd Van Slyke (Alb.), Bill Scott (Ont.). À l'arrière : Bert Haneveld (I.-P.-E.), Raymond Laplante (Qc.), Scott Simmons (T.-N.), Jean Brassard (Directeur général), Bill Schmitke (Man.), Walter Dyck (C.-B.), Ted Wiens (Sask.)



l'office  
canadien de  
commercialisation  
des oeufs

1985

CA1  
DB55  
- R26







## **canadian egg marketing agency**

---

Suite 507, 116 Albert Street, Ottawa, Canada K1P 5G3, (613) 238-2514

The Canadian Egg Marketing Agency is a statutory corporation established by proclamation of the Governor General in Council on Dec. 12, 1972. The agency is charged under federal legislation and a federal-provincial agreement to:

- set the farmgate price of eggs;
- regulate national egg supplies;
- remove surplus eggs from domestic markets; and
- encourage consumption.

These powers are exercised in conjunction with ten provincial egg marketing boards.

181  
7244  
- 96

**14th  
Annual Report  
of the  
Canadian Egg  
Marketing Agency**

for presentation to  
The Honourable John Wise,  
Minister of Agriculture

National Farm Products Marketing  
Council

14th Annual Producers' Conference

Tuesday, March 24, 1987  
Ottawa, Canada



**1986 Board of Directors  
of the Canadian Egg Marketing Agency**

**Front Row:** (from left to right): Floyd Van Slyke (Alta.), Don Newcombe (N.S.), Stan Steen (Chairman), Gib Shouldice (General Manager), Helen Tymoczko (Director-at-large), Raymond Laplante (Que.) **Back Row:** Scott Simmons (Nfld.), Walter Dyck (B.C.), Bert Haneveld (P.E.I.), Bill Scott (Ont.), Don Guenter (Sask.), Bill Schmitke (Man.), Don Hicks (N.B.)



Last year can best be described as a year of consolidation - a year when the Canadian Egg Marketing Agency stressed building better relationships with sectors vital to the interests of egg producers.

The agency began in its own backyard, working successfully to improve our dealings with the egg processing industry. We recognize the vital role the processors play, especially in our efforts to expand production while keeping a tight grip on surplus.

CEMA also worked closer than ever with the federal government last year since developments in the trade arena understandably have egg producers on edge.

Trade negotiations, whether bilateral with the United States or global at the GATT level, must not precipitate changes that would harm Canada's marketing boards.

Without border controls regulating imports, our supply management system would be crushed under the weight of American eggs.

CEMA has developed a message - a message we have taken to members of Parliament so they will realize the concerns of the agency and the egg producers it represents. Private and group meetings held to date with MPs have proved fruitful.

With the continued cooperation of Canadian egg producers, this program will be successful. Ottawa is listening to our concerns.

And they should. Supply management has a proven track record. While other sectors of Canadian agriculture are struggling through tough times, the egg industry continues to thrive without recourse to the federal treasury.

We at the agency are proud of our accomplishments. This September, CEMA will host the International Egg Commission Conference in Montreal, Quebec.

This annual event provides member countries with an opportunity to exchange new ideas and report on their country's activities during the past year.

CEMA is looking forward to showcasing the Canadian egg industry - among the healthiest and most efficient in the world.



STAN STEEN - Chairman

This year is CEMA's 15th year of existence. What we've done in that time frame is structure an efficient and highly productive agency.

However, we will not stand on our past laurels.

Under the energetic and capable leadership of our new general manager, Gib Shouldice, the agency will continue to work diligently for Canada's egg producers.

Sincerely,

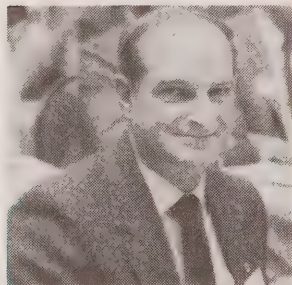
A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Stan Steen'. The signature is fluid and stylized, with a long horizontal line extending from the end.

Stan Steen  
Chairman

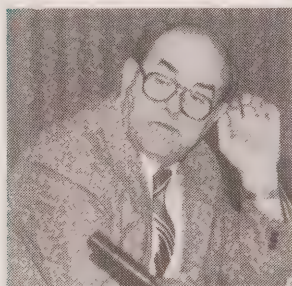
SCOTT SIMMONS  
Newfoundland



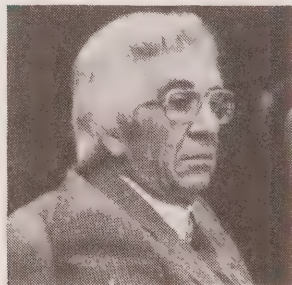
DON HICKS  
New Brunswick



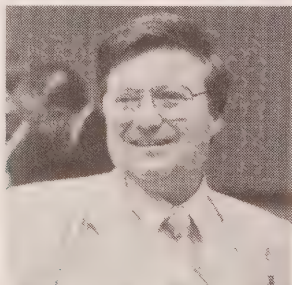
BERT HANEVELD  
Prince Edward Island



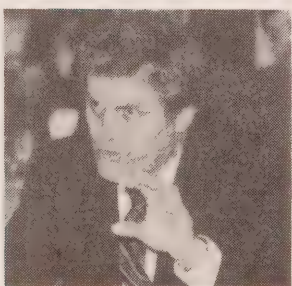
FLOYD VAN SLYKE  
Alberta



RAYMOND LAPLANTE  
Quebec



BILL SCHMITKE  
Manitoba



## Trade negotiations foremost

While many issues were prominent in the Canadian egg industry in 1986, none could have the ramifications of the trade negotiations.

A bilateral agreement with Washington, or a reformed GATT, may help some sectors of the Canadian economy, but one thing is certain - open trade in eggs with the U.S. would devastate the Canadian egg industry.

Research shows the Canadian economy would suffer lost economic activity of almost \$124 million and slightly more than 3,000 jobs if free trade in eggs resulted from the bilateral or multilateral talks.

CEMA continues to work towards maintaining the current supply management system. Politicians in Ottawa are aware of the industry's concerns.

## Canadian egg producers help less fortunate

Canadian egg producers continued to fight against hunger both at home and abroad. For the fifth year in a row, producers contributed eggs to national and international relief agencies.

A group of 60 Ontario egg producers donated egg powder worth \$17,000 to help feed the hungry in Ethiopia.

The Salvation Army received more than 60,000 dozen eggs to help its numerous hostels across the country.

## Directors trim producer levy

At the March board meeting, directors approved a decrease on the levy paid by producers to clear eggs surplus to the domestic market. The levy, originally three cents, was cut to two cents on every dozen eggs marketed.

The levy was lowered because exports had declined in the early part of 1986. In the past, this producer levy covered only export sales. However, a half cent of the remaining levy was earmarked to support sales to Canadian processors as part of a tiered levy system designed to stimulate growth in the processing sector.

In the first tier, consumers pay a 3.5 cent levy to support the price Canadian processors pay for product purchased from CEMA's surplus program.



The second tier contains the producer and processor levy. This tier is jointly funded by producers and processors. The half cent contributed by producers will drop in regular increments over six years when it will be discontinued entirely.

Processors are obliged to contribute one cent per dozen on all eggs they purchase. This one cent processor levy, plus the half cent paid by producers, must cover costs or Canadian breakers will be forced to pay the difference.

## Directors tackle pricing problem

After the May signatories meeting, CEMA was given a directive to solve the pricing problem. Producers in some provinces were not receiving their costs while others enjoyed healthy returns.

In July, CEMA directors approved a short-term solution which was implemented in October. However, because the National Farm Products Marketing Board felt the prices were inflated, they proposed a downward adjustment to the mechanism. Because CEMA did not agree with this proposal, the agency reverted back to the pre-October pricing mechanism.

## No levy increases slated in 1987

In September, the agency directors decided there would be no changes to levies in 1987.

Total levies on one dozen eggs marketed in Canada now stand at nine cents per dozen.

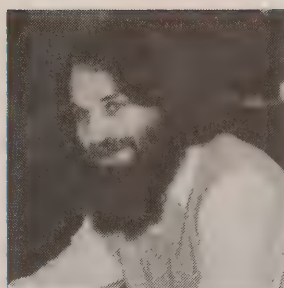
## Agriculture Minister appoints CEMA director-at-large

In December, Agriculture Minister John Wise appointed Helen Tymoczko as CEMA's new director-at-large.

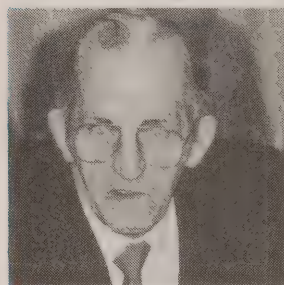
Tymoczko, an Edmonton lawyer, steps into a position which had been vacant for nearly two years.

She will sit on the board of directors to represent the public interest.

The appointment, effective Dec. 2., is for two years.



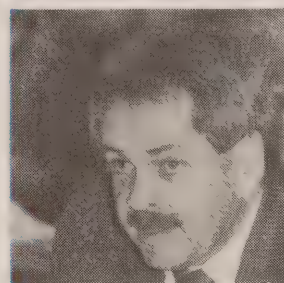
DON GUENTER  
Saskatchewan



DON NEWCOMBE  
Nova Scotia



BILL SCOTT  
Ontario



WALTER DYCK  
British Columbia



HELEN TYMOCZKO  
Director-at-large





GIB SHOULDICE - General Manager

Two key issues were addressed by the Canadian Egg Marketing Agency in 1986 - pricing and the federal government's free trade initiative - and in all likelihood they will continue to dominate policy discussions and initiatives this coming year.

An equitable pricing system has been the agency's goal since its inception in 1972 - and indeed the goal of all parties with a stake in the national egg marketing plan.

When the signatories to the federal-provincial agreement on egg marketing met last May in Vancouver, they gave the agency a clear mandate: "in conjunction with the NFPMC, fix the existing (pricing) system."

As an immediate response to the existing system's failings, CEMA developed a short-term proposal which it considered a viable, realistic solution.

The proposed "absolute shortfall" was, in effect, a step toward provincial pricing. It increased the price in those provinces where producers were not recovering their full production costs but did not affect prices in other provinces. At the same time, the proposal tightened up the price differentials between provinces, especially in Western Canada, so it was no longer profitable to ship eggs unnecessarily.

It was recognized this program would increase the average price of eggs paid to producers, or in other words, would increase the "deemed overpayment" to producers. In deference to the concerns of the National Farm Products Marketing Council, a sunset clause was included to emphasize this was indeed a short-term solution only. CEMA fully expected to replace "absolute shortfall" with a permanent, long-term solution.

However, the new method was in place for only one month - October. At that time the NFPMC demanded a downward adjustment to the pricing mechanism. CEMA felt if it had complied with the council's wishes, the price spreads between provinces, especially in Western Canada, would have virtually disappeared.

The burden would have fallen on the agency to ensure interprovincial movement. At the same time, producers in all provinces would not necessarily have received their cost of production (COP) in the farm-gate price.

Due to these factors, CEMA was forced to revert to the pricing method that had been in place prior to October. The agency is still attempting to find a pricing mechanism which is acceptable to the NFPMC, and all the partners in the national egg marketing system, which will solve the major problems of fairness and product movement.

Another pricing-related issue which confronted the agency last year was the consumer levy contained in the COP formula which supports domestic sales of surplus eggs to the processing industry.

At the beginning of 1986, CEMA struck a deal

with the Canadian processors for the funding of domestic surplus sales. To date, the program has worked to the benefit of all parties concerned. However, that program, and indeed the agency's entire surplus program, is in jeopardy.

For a number of years, there have been those at the NFPMC, supported by the Consumers Association of Canada (CAC), who have argued against consumers of shell eggs paying for the so-called "subsidization" of sales to domestic processors.

During 1986, the CAC made a formal complaint to the council on this matter. It suggested there should be no consumer levy in the COP formula and either prices to processors should be increased or any associated costs be absorbed by producers.

In response to the complaint, the NFPMC decided to hold a seminar where parties would defend their positions before it passed judgment on the matter.

The agency opposed this seminar because it excluded the provincial egg boards, provincial governments and the Canadian Egg Producers' Council.

In late December, Agriculture Minister John Wise formed a four-member committee to participate in the seminar. The committee was directed to report back to the Minister with observations and recommendations. Mr. Wise will determine the future of the consumer levy, and therefore, the level of surplus which can be funded through the COP formula. This is targeted for June, 1987.

Consider this: if Mr. Wise rejects the consumer levy, who will pay for the loss incurred on sales to Canadian processors?

If CEMA can't convince processors - who have to compete on the world market - to pay a higher price, and if producers refuse to absorb the cost, then the only alternative is not to produce the eggs. A major quota cut would be inevitable.

Another current issue linked to pricing is the interprovincial movement of eggs.

The history of egg trade between provinces goes back long before CEMA. In fact, in the five years prior to the formation of the agency, Manitoba eggs were sold into Ontario and Quebec markets. This is one of the reasons Manitoba was given a relatively large market share when the national marketing system was forged.

However, the central pricing system established in 1976 made it virtually impossible to move eggs from Manitoba to the East.

At the time, it was of little concern. With the westward shift in population, there seemed little need to provide for moving eggs to the East.

By 1985, however, the situation was starting to change. Product was needed in Ontario and Quebec, not in the West.

As a result, just before Easter in 1985, the agency offered a two cent sourcing fee to grader-dealers in Manitoba to encourage sales to Ontario table markets.

This incentive enabled CEMA to fill some eastern requirements but in increasing volumes U.S. imports filled the balance.

The situation worsened early in 1986 with unprecedented retail specials. Throughout the year every effort was made to move Manitoba eggs to the East. Over twice the 1985 volume moved from Manitoba to table markets in the East.

Still, imports for 1986 also increased. In September, after exhausting every recourse within its surplus removal program, CEMA agreed to offer a freight assistance program to move eggs from the buyer to the seller when our pricing system did not allow the natural movement to take place.

After substantive negotiations during the fall of 1986, an Ontario grader entered into a program to bring Manitoba product to Ontario in ungraded form starting the second last week of the year.

This plan precipitated a battle which has involved several federal government departments, a provincial government and two supervisory boards.

CEMA remains fully committed to giving this new program every opportunity to prove that it can succeed in filling Canadian demand with homegrown product and reducing any reliance upon imports.

Another issue critical to everyone in the egg industry is free trade.

Under a free trade agreement with the U.S. that includes eggs, only one out of every four producers will still be in business.

The Canadian economy would lose approximately \$124 million and more than 3,000 jobs would disappear if border controls are lifted on eggs and egg products.

Approximately 92 grading stations would be lost and the equivalent of seven to eight feed mills would not be needed.

Since Canadian egg producers are already more efficient than their U.S. counterparts, it is not reasonable to expect Canadians to compete by simply becoming more productive.

Canada simply could not overcome the significant cost advantages enjoyed by U.S. egg producers.

With open borders, 25 per cent of Canada's production base would be eroded and flock sizes would grow to average between 80,000 and 100,000 birds.

Atlantic Canada would lose all egg production and most of the remaining producers would settle in Ontario and the Prairies where cheaper feed is available.

With these alarming figures in hand, CEMA has appealed, and is continuing to appeal, to federal politicians to ensure supply management is not bargained away at the negotiating table.



## Egg prices decline in '86

Lower feed costs led to an overall decrease in egg prices during 1986.

The farm-gate price for Grade A large eggs fell in all provinces except Nova Scotia and Newfoundland. Prices in these provinces were at the same level in December as they were to begin the year.

The decrease in feed costs, the largest single cost in egg production, was largely responsible for the price slide.

At the beginning of 1986, an Ontario producer paid 37.05 cents for feed to produce a dozen large eggs. In December, the feed cost for that same producer had dropped to 34.09 cents per dozen.

Labor costs were up marginally, while pullet costs were down in New Brunswick, British Columbia, Saskatchewan and Prince Edward Island. Pullet costs increased slightly in the other provinces.

One of CEMA's mandates is to ensure egg producers receive their costs plus a reasonable return.

In an effort to do so, CEMA adjusted the pricing mechanism of the cost of production formula in the latter half of 1986, causing prices to fluctuate.

In October, the new pricing mechanism bolstered prices by as much as three cents a dozen. However, by December, the formula was re-adjusted and prices subsequently tumbled.

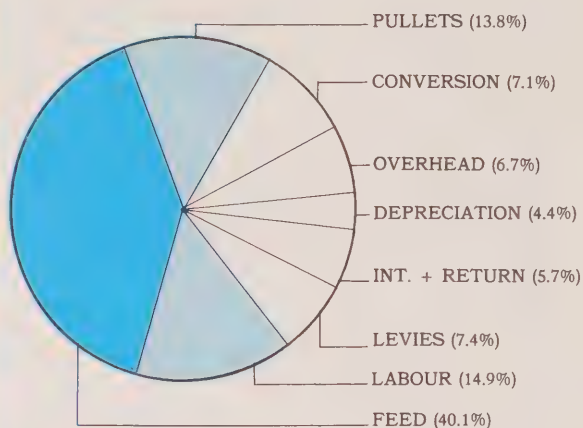
CEMA sets the producer price for Grade A large eggs at the beginning of each month using the cost of production formula.

Before the new prices are released, CEMA advises the National Farm Products Marketing Council.

Egg prices paid by processors increased throughout 1986. Prices for large eggs in Ontario started at 70 cents in January, peaked at 85 cents in March and again in November before finally settling at 79 cents in the last week of December.

## COSTS OF PRODUCTION

N.W.A. FOR CANADA

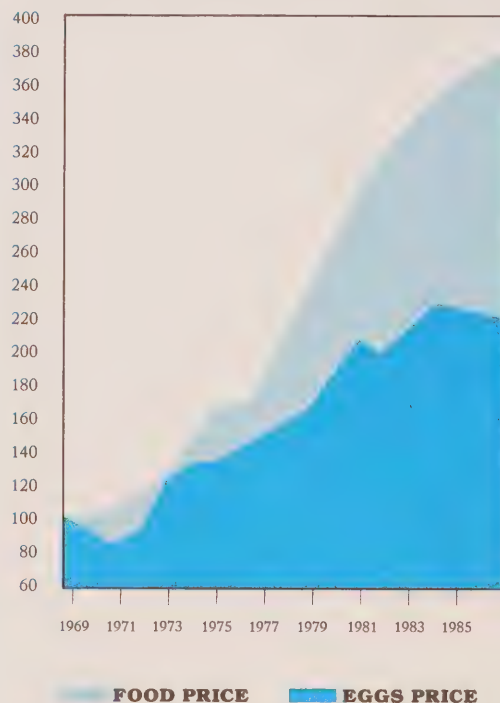


(Source: CGNA)

## PRICE INDICES 1969-1986

(1969 = 100)

(Retail egg prices compared to prices for all food items)



(Source: STATISTICS CANADA)



## Supply up marginally

Production increased slightly in 1986 reflecting higher quota utilization and improved efficiency.

Gradings of Grade A eggs rose .9 per cent to 25.9 million boxes of 15 dozen last year from 25.6 million boxes in 1985.

This increase in production follows a decrease in 1985. In that year, supply was influenced by the 1984 quota cut of five per cent. There was no quota change in 1985 or 1986.

Higher egg production in Ontario and Quebec resulted in the overall increase last year.

Ontario led Canada in egg production with almost 11 million boxes, an increase of nearly 500,000 boxes from 1985. Quebec was second with 4.5 million boxes, up from 4.2 million.

Slightly more than 13 million boxes of all eggs produced in Canada in 1986 were Grade A large - that's 50.7 per cent.

Production of X-large was 5.1 million boxes or 18.8 per cent. Almost six million boxes of mediums were produced representing 21.9 per cent of total Grade A gradings. Small eggs grabbed 4.4 per cent of total gradings (1.2 million boxes).

There were 1.3 million boxes of peewees and Grade B and C eggs produced last year.

Imports increased in 1986 by 13.1 per cent from 410,284 boxes in 1985 to 464,097 boxes in 1986. It is the third year in a row that imports have gone up.

The national laying flock grew last year to 18.52 million birds from 18.44 million in 1985.

The average regulated flock size increased in 1986 to 10,748 birds from 10,535 in 1985. In 1986 there were 1,814 registered egg producers, down 34 from the previous year.

### CHICK PLACEMENTS -in thousands -

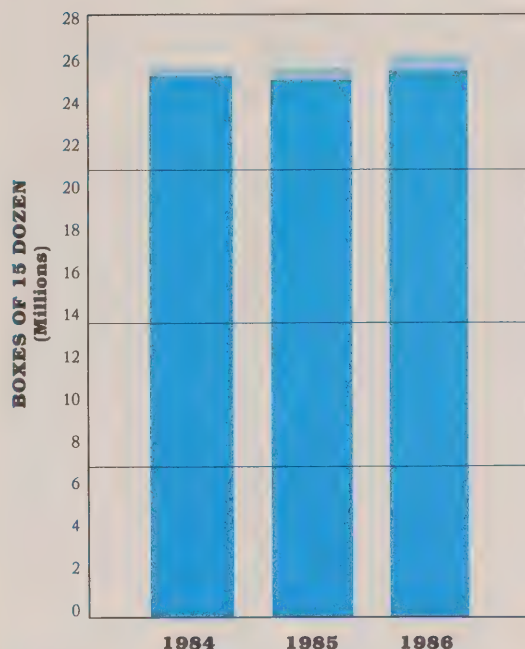
	1985	1986*	% Change
British Columbia	2,915	2,800	- 3.9
Alberta	2,447	2,375	- 2.9
Saskatchewan	1,071	1,035	- 3.4
Manitoba	2,975	2,958	- 0.6
Ontario	8,965	9,370	+ 4.5
Quebec	3,151	3,148	- 0.1
Atlantic Canada	1,949	2,083	+ 6.9
<b>TOTAL</b>	<b>23,473</b>	<b>23,769</b>	<b>+ 1.3</b>

\* Excludes the effect of interprovincial movements and imports of started pullets.

\* preliminary figures

Source: Poultry Market Report

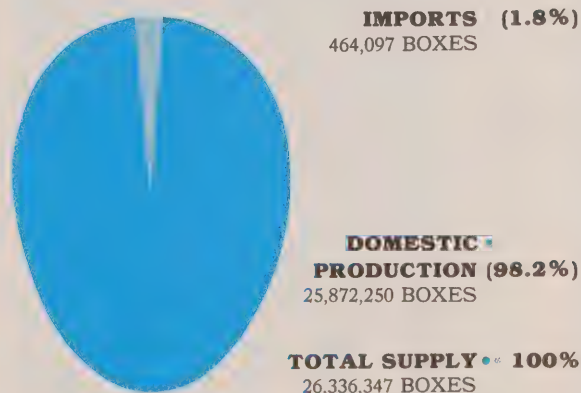
## SUPPLY OF GRADE 'A' PRODUCT (1984, 1985, 1986)



■ GRADE 'A' GRADINGS ■ GRADE 'A' IMPORTS

Source: CEMA

## SOURCE OF SUPPLY — 1986 BOXES OF 15 DOZEN



Source: CEMA

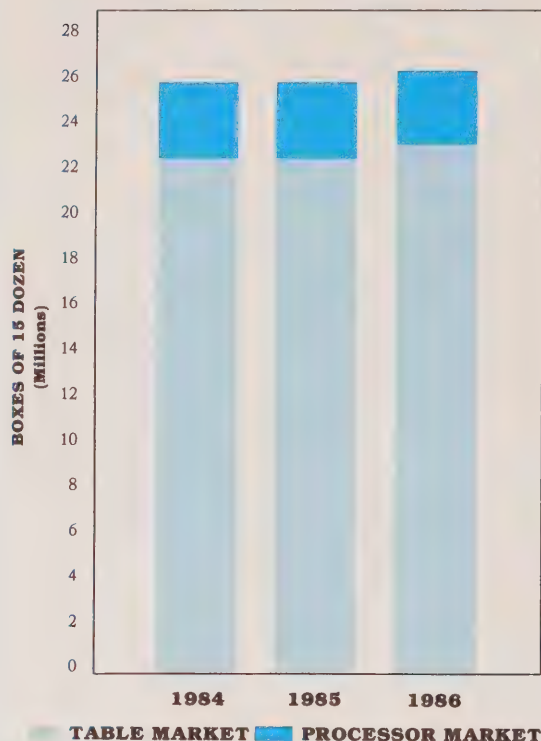
## Increased table demand encouraging

Table market demand increased slightly more than 1.6 per cent to 23.2 million boxes of 15 dozen last year compared to 22.8 million boxes in 1985.

However, the processing industry, a boon to the Canadian market in 1984 and 1985, finally showed signs of slowing down.

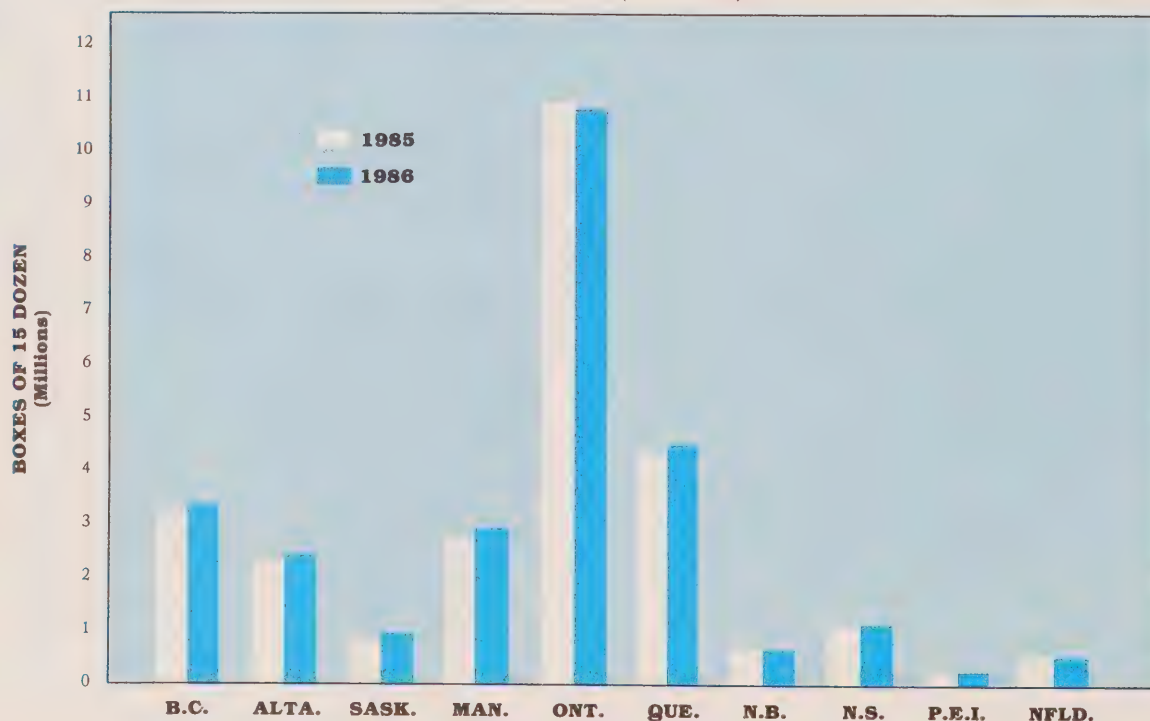
Sales to breakers decreased last year by 5.7 per cent. In 1986, 2.3 million boxes were sold compared to 2.4 million in 1985.

## DOMESTIC DISAPPEARANCE (1984, 1985, 1986)



## PROVINCIAL GRADINGS

(1985 VS 1986)



## Exports rise for first time in two years

Domestic purchases of breaking stock dropped last year from 1985's unusually high level, forcing CEMA to step up its export program.

Exports increased 8.7 per cent from 723,813 boxes in 1985 to 786,702 boxes in 1986.

In 1986, domestic breakers used 5.7 per cent less eggs than in 1985.

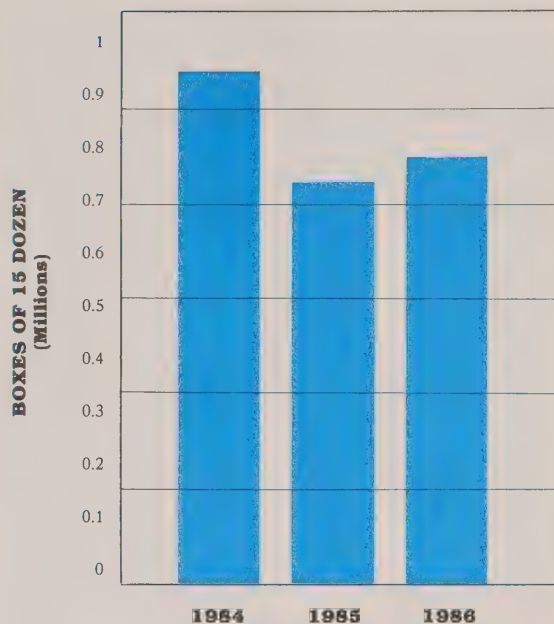
The cost of exporting surplus eggs is not reflected in the retail price, therefore, consumers are not obliged to pay for CEMA's export program.

The cost of the export program is borne by Canada's egg producers.

Throughout the year, egg demand in Canada fluctuates. Demand peaks during the Christmas and Easter holidays. During the summer months, consumption bottoms out.

Therefore, it is extremely difficult to eliminate surplus if CEMA is to assure consumers that for most of the year there will be a ready supply of eggs produced in Canada.

**EXPORTS**  
**(1984, 1985, 1986)**



Source: CEMA



## COP COMMITTEE

### COP survey this year

The Cost of Production Committee met seven times since the last annual report. Most of the meetings concentrated on details for the new Cost of Production (COP) survey. The survey will gather information on 1986 costs of regulated egg producers. It is being conducted in March and April.

The firm chosen to conduct the new survey is Peat, Marwick, Mitchell and Co. It is responsible for the design of the survey, the on-farm interviews and the analysis and reporting of the results.

Peat Marwick works with CEMA's COP Committee which acts as an industry advisor on the design, conduct and analysis of the survey. It is also advisory to CEMA's board on policy questions related to survey information requirements and their use.

CEMA consults, as required, with the National Farm Products Marketing Council (NFPMC). A representative of the council attends meetings of the committee and participates in its discussions. However, this representative is not a voting member of the committee. The NFPMC also meets formally with CEMA or its COP Committee to ensure the mutual responsibility of the survey methodology.

The last survey was conducted in 1984. It sampled producers with flocks between 10,000 and 50,000 birds. The 1986 survey will sample producers with layers ranging from 8,000 to 50,000 birds. These numbers will be more representative of the industry. A sample is drawn from each province to ensure representative data on provincial costs.

The length of the questionnaire has been substantially reduced. Only questions essential for COP purposes will be included. This was part of a strategy developed by the COP Committee to improve the producer participation in the interview process. The committee focused on participation as the main theme of the 1986 survey.

In the past, participation rates have been poor, causing concern over how representative the results were.

The producer data is weighted by size of enterprise in the manner appropriate to each cost com-

ponent to yield average costs-per-dozen by province. The national cost of production is obtained by weighing provincial costs per dozen market share.

The national figures yielded by the survey will provide the basis in determining the farm-gate price for a dozen eggs.

In the case of pullet, feed and labor costs — the major COP items — periodic updating between surveys involves applying productivity factors from the survey to current provincial input costs.

Adjusted weighted national cost figures are then obtained. For overhead cash costs, the national cost figures are adjusted by using the most appropriate nationally-available input price indices.

For return on investment, an agreed rate is typically arrived at in consultation with the NFPMC. It is applied to the capital base from the survey. This base is periodically adjusted between surveys by indices to account for capital cost changes.

Wages paid to arms-length labor are gathered in the survey. The hours of work for all labor employed is also collected.

Wages paid to family members are not gathered because of their unreliability and doubtful relevance.

The rates used for the COP formula, applied to all survey labor hours, are based on an agreement reached with the council. It covers wages for three labor classes — management, skilled and general.

It will be understood that in utilizing COP data for pricing purposes, conceptual and policy questions arise that cannot be fully disposed of by reference to the survey data.

It is beyond the scope of this report to undertake detailed discussion of these questions. They are, however, of considerable importance and include such matters as provincial pricing, appropriate rates of return to labor and capital, and degree of statistical reliability targeted and required.

These are matters of ongoing study and discussion by the committee.

**Members:** David Kirk (Chairman)  
Bill Scott (Vice-chairman)  
Bert Haneveld  
Fred Krahn  
Clement Pouliot  
Bill Schmitke

## CONSULTATIVE COMMITTEE

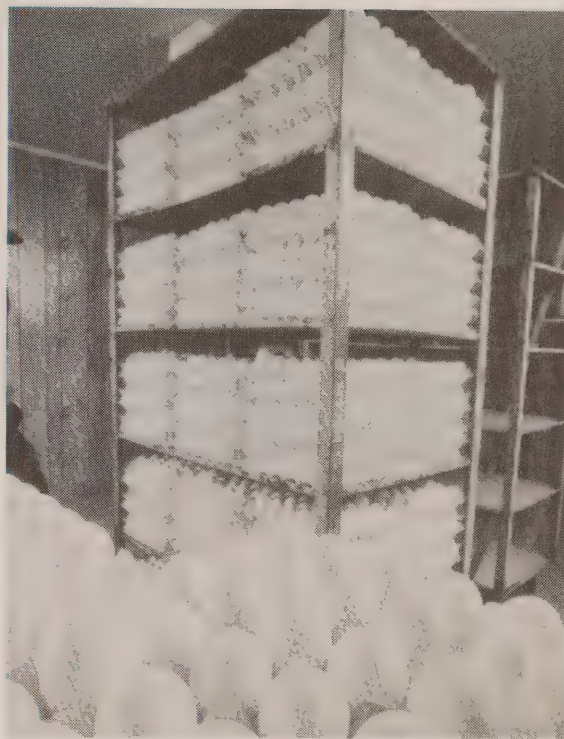
### CEMA advisory committee meets

The Consultative Committee received briefs in 1986 from each of its members on a variety of topics: yolk color, eggs as loss leaders at the retail level, surplus egg movement, trade, utilization of domestic product versus U.S. imports, and general promotion.

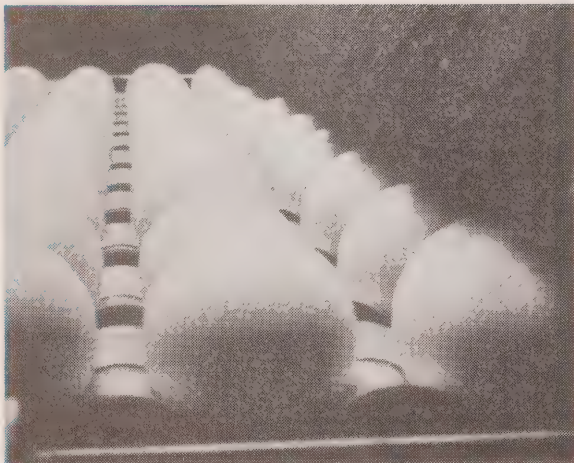
The committee acts as an advisory body to CEMA in all aspects of the agency's operations and policies which affect the interests of those represented.

Under the Federal-Provincial Agreement, the committee was created to represent and protect the interests of producers, processors and consumers.

**Members:** Linda Boxall (Chairman)  
R.E. Martin  
Craig Hunter  
Bernie McKinley  
Marilyn Lister  
Allan Mattison  
Tony Greaves  
Walter Metzger  
Bob Anderson  
Jake Siemens  
Robert Swain







## BUDGET COMMITTEE

### Revision To Budget Process Approved

The budget process, though a lengthy one, was made considerably easier as a result of the budget seminar in April. CEMA directors established guidelines at that time to ensure a minimum \$1.5 million balance in the administrative account at year-end 1987.

CEMA is funded by an administrative levy on each dozen eggs marketed in Canada. Revenues generated from a 1.5-cent-per-dozen levy have not been increased since 1983. The budget was prepared to meet statutory obligations first and then priorities were set for the remaining programs.

CEMA management addressed the concern expressed by the directors about approving the Marketing Plan "in principle" before the budget was completed.

The directors accepted management's proposal to revise the budget process. In 1987, the Marketing Plan and budget will be presented to the board simultaneously.

**Members:** Scott Simmons, Chairman  
Don Guenter  
Bill Schmitke

## AUDIT COMMITTEE

### The 14-year relationship continues

The Audit Committee authorized CEMA's management at its meeting Dec. 9 to retain auditors Touche Ross and Co. The firm has been engaged to audit CEMA every year since the agency's inception in 1973.

During the year, the committee reviewed interim audits, recommended changes to the format used to present financial information and reviewed to its satisfaction the agency's financial management systems.

**Members:** Raymond Laplante (Chairman)  
Floyd Van Slyke  
Don Newcombe



## SURPLUS COMMITTEE

### Producers and processors both contribute to new levy

The Surplus Removal Committee reached an agreement in January of last year which now has egg producers and processors jointly supporting sales of domestic breaking stock.

Starting last April producers contributed a half cent a dozen on all eggs marketed. This interim levy will be reduced over the next six years when it will be eliminated entirely.

Processors will pay a levy of one penny on each dozen eggs purchased from the CEMA surplus pool. This contribution will grow over the next six years. It will be used for anticipated growth in the processing sector. The levy was subsequently ratified by the agency's board of directors and the National Farm Products Marketing Council.

This new tiered levy system is in addition to the 3.5 cent domestic processing levy already included in the farm-gate price determined by the Cost of Production formula.

In the spring, the committee considered measures to cut costs in CEMA's surplus removal system. The committee discussed packaging materials, grading and shipping ungraded eggs to processors rather than graded product.

In September, the committee was reorganized to more effectively handle operational concerns.

At its first meeting in December, the restructured committee discussed movement of ungraded product from Manitoba to meet table demand in Ontario.

**Members of Committee 1:** Ted Wiens (Chairman), Don Newcombe, Bob Feldman, Bob Anderson

**Members of Committee 2:** Don Newcombe (Chairman), Keith MacPherson, Bob Feldman, Bob Anderson, Ed Ferguson





## MARKETING COMMITTEE

### Baumann Retained As Industry Spokesman

During 1986, the momentum established by the marketing program in the previous year carried forward in both the consumer and foodservice sectors. Swimmer Alex Baumann, an Olympic gold medalist, again served as the focus for a multi-media advertising campaign.

In the first quarter, a consumer contest offering the opportunity for three families of four to win trips to Madrid to watch Baumann compete in the World Championships attracted tens of thousands of entrants. CEMA's planned television advertising buy was modified to carry a five-second tag to highlight the contest, which was also supported with newspaper and magazine ads, as well as in-store point-of-sale posters and entry forms.

Several provincial boards took advantage of CEMA's offer to share the costs of a summer media buy to complement the campaign, filling the gap between the spring and fall TV flights. The marketing committee was pleased to see this further demonstration of cooperation between the marketing staff of CEMA and their counterparts in the provincial boards.

Much of the credit for this should probably go to the twice-yearly joint marketing seminars, where opportunities to develop ways of working together more effectively are explored.

Another example of working together was the introduction of Canada's first-ever "Egg Month," which required the cooperation of marketing personnel at the provincial level to contact supermarket head offices to get in-store materials approved. To encourage the support of the stores, a dramatic graphic portrayal of the natural marriage of two supermarket "power products" - eggs and vegetables - was created under the theme "Veggies."

Market research continued to reassure CEMA the direction to focus its efforts first on kids and secondarily on their mothers, was valid. And the major tracking study conducted for the agency by the Goldfarb organization on a biennial basis helped identify the kind of messages most likely to result in increased egg usage.



At mid-year CEMA learned its 16mm educational film, *The Extraordinary Egg*, had won a Silver Screen Award at the U.S. Industrial Film Festival, in which more than 1,100 films from 22 countries competed.

This film is part of CEMA's educational program that is designed to reach out to students in the schools, and which includes a lesson plan for teachers, posters and teaching aids.

Just prior to Christmas a new children's activity book *The Amazing Egg* was released as part of the program to reach the younger child.

Although the media's coverage of the cholesterol and heart disease issue, and specifically the role of diet in control of blood cholesterol levels, was significantly less than in recent years, the issue shows no sign of going away.

Accordingly, CEMA continues to monitor the situation with on-going research, drawing on the resources available to the agency by virtue of its participation in the Egg Nutrition Centre in Washington. One of the centre's brochures on the role of eggs in human nutrition, *Nutrient Density And The Egg*, was modified for Canadian use and published during the early summer.

Under current federal legislation, its use is restricted to health and other professionals. Some of their other publications may also be reproduced as the need arises and regulations permit.

Recognizing that future major increases in the demand for eggs are not likely to come from table use, CEMA continued to fund research projects to find new uses for shell eggs. Although no new programs were launched in 1986, additional funding was provided to ensure the continuation of programs which appear to offer some potential for success.

To demonstrate in a dramatic fashion to a cross-section of Canada's foodservice executives, just how versatile eggs can be, a series of dinners in seven major Canadian cities was conducted. Lists of invitees were carefully compiled and screened by the provincial boards concerned. Participants were treated to a specially-designed five-course dinner

which incorporated eggs as the essential ingredient in one or more ways in every course.

Another high-profile approach to the foodservice industry was the common theme developed by CEMA's marketing staff for industry trade shows held annually in many provinces. To ensure standing out from the crowd, capturing the imagination of the passing throng, it was decided to go "hi-tech," demonstrating a new product not yet universally available. At the booth, a flash-frozen mixture of egg "pellets," chopped peppers and ham was poured on to a griddle, cooked, and transferred to a croissant, all in a matter of minutes.

Although not all provinces were able to make use of the arrangements provided by CEMA, those that did found they had a real "show-stopper."

A new training film for use in schools offering courses for cooks and chefs was produced in 1986. *The Classic Egg* was filmed at one of Canada's best-known culinary institutions, George Brown College, to illustrate correct preparation techniques for a number of egg dishes.

CEMA's recipe competition for student cooks and apprentice chefs, conducted in association with the Canadian Federation of Chefs de Cuisine, again had a grand prize winner from British Columbia. The two other winners were from Quebec.

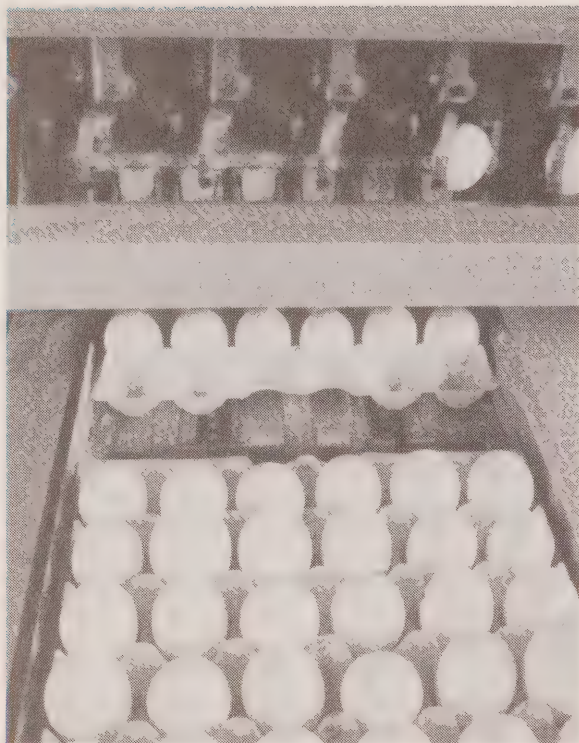
Offers of point-of-sale material featuring specially-developed egg-based appetizers, entrees and desserts were again offered through advertisements in the various trade magazines.

As in the case of consumer advertising, CEMA uses market research in the foodservice and hospitality industry to ensure the effectiveness of its programs.

Overall, the committee is pleased with what has been accomplished in the past year, particularly in the light of the 1.6 per cent increase in table disappearance, the first such increase in three years.

**Members:** Walter Dyck (Chairman)  
Don Hicks  
Raymond Laplante  
Brian Ellsworth





## OVERBASE COMMITTEE

### Overbase Committee releases report

In early 1986, the Overbase Committee presented a report to the signatories of the national egg marketing plan at a meeting in May.

The report described three issues the committee felt the signatories should address. Subsequent to the meeting, the general manager sent out a summary of the overbase issues to the provincial boards.

One of the issues the committee reported on was the handling of hatching eggs. However, since a new broiler hatching egg agency has now been formed, it is probable the issue will be resolved in the near future.

In 1985 changes were dictated to provincial quota allocations when the NFPMC ruled that the national egg marketing system was in an overbase situation. Council accepted Statistics Canada figures which indicated domestic production had exceeded the original base of 475 million dozens a year, rather than levels cited by CEMA.

Under federal legislation and the federal-provincial agreement, when production exceeds the original base, additional shares must be allocated to the provinces using specific criteria.

The committee was formed in June 1985 in an effort to resolve this problem.

The six committee members include three representatives from the NFPMC and three directors from CEMA.

The committee is mandated to clarify legal issues surrounding provincial quota allocations, examine appropriate statistics and make suggestions to resolve problems.

It was agreed by the committee not to take further action on other issues until the results of the June, 1986 Census are available.

#### **Members:** Ralph Barrie (Chairman)

Maryon Brechin

Eric Hammil

Don Newcombe

Bill Scott

Floyd Van Slyke

# CONSUMPTION ESTIMATES

## CANADIAN CONSUMPTION ESTIMATE

1986 WEEK	GRADINGS GRADE A	IMPORTS	— BREAKER	CEMA SALES EXPORTS	— COMBINED	EXPORTS TRADE	TABLE DISAPPEAR.	5-WEEK MOVING AVG.
*** (Figures are in Boxes of 15 Dozen) ***								
1	481,443	2,772	39,279	29,146	68,425	0	415,790	479,412
2	497,031	6,000	39,090	53,203	92,293	0	410,738	462,701
3	528,028	0	59,567	24,986	84,553	0	443,475	450,279
4	507,374	1,500	30,501	29,516	60,017	0	448,857	440,117
5	506,321	1,500	31,524	37,598	69,122	0	438,699	431,512
6	507,117	3,000	54,023	39,605	93,628	0	416,489	431,652
7	507,954	4,500	97,289	2,796	100,085	0	412,369	431,978
8	501,487	1,500	73,148	1,824	74,972	0	428,015	428,886
9	509,655	6,518	67,484	0	67,484	0	448,689	428,852
10	498,182	13,914	46,227	0	46,227	0	465,869	434,286
11	497,769	20,624	31,122	120	31,242	0	487,151	448,419
12	495,331	14,202	26,890	5,050	31,940	0	477,593	461,463
13	488,834	3,490	9,191	13,846	23,037	0	469,287	469,718
14	481,345	0	27,818	20,340	48,158	0	433,187	466,617
15	489,573	1,986	35,211	29,182	64,393	0	427,166	458,877
16	500,228	7,288	51,621	30,918	82,539	0	424,977	446,442
17	497,713	3,436	47,341	39,846	87,187	0	413,962	433,716
18	495,955	3,000	39,968	53,157	93,125	0	405,830	421,024
19	497,410	3,000	35,838	36,845	72,683	0	427,727	419,932
20	504,233	3,000	27,140	28,185	55,325	0	451,908	424,881
21	492,958	1,500	31,224	10,595	41,819	0	452,639	430,413
22	500,971	18,894	39,087	22,237	61,324	0	458,541	439,329
23	503,579	11,525	47,270	31,708	78,978	0	436,126	445,388
24	511,138	4,300	47,104	37,231	84,335	0	431,103	446,063
25	506,924	6,566	46,059	46,780	92,839	0	420,651	439,812
26	500,590	1,500	47,102	38,833	85,935	0	416,155	432,515
27	500,768	1,550	35,711	29,452	65,163	0	437,155	428,238
28	485,869	1,500	37,308	14,377	51,685	0	435,684	428,150
29	495,464	14,936	35,308	4,544	39,852	0	470,548	436,039
30	495,512	17,159	34,530	16,312	50,842	0	461,829	444,274
31	487,907	6,851	39,929	24,678	64,607	0	430,151	447,073
32	486,918	1,500	37,357	14,426	51,783	0	436,635	446,969
33	502,742	9,694	36,515	5,512	42,027	0	470,409	453,914
34	490,299	14,200	47,442	10,782	58,224	0	446,275	449,060
35	504,726	22,101	45,783	3,072	48,855	0	477,972	452,288
36	494,317	13,180	47,417	0	47,417	0	460,080	458,274
37	491,772	7,600	55,080	0	55,080	0	444,292	459,806
38	491,479	2,879	79,968	0	79,968	0	414,390	448,602
39	492,736	3,000	70,507	0	70,507	0	425,229	444,393
40	495,926	6,158	49,894	0	49,894	0	452,190	439,236
41	492,759	18,955	45,585	0	45,585	0	466,129	440,446
42	483,850	25,276	35,048	0	35,048	0	474,078	446,403
43	482,204	23,800	43,126	0	43,126	0	462,878	456,101
44	493,192	14,131	59,179	0	59,179	0	448,144	460,684
45	500,282	11,095	63,740	0	63,740	0	447,637	459,773
46	492,116	4,450	49,662	0	49,662	0	446,904	455,928
47	486,430	8,268	30,684	0	30,684	0	464,014	453,915
48	511,051	10,771	31,981	0	31,981	0	489,841	459,308
49	507,062	1,461	37,855	0	37,855	0	470,668	463,813
50	498,579	14,034	34,647	0	34,647	0	477,966	469,879
51	493,271	48,757	37,200	0	37,200	0	504,828	481,463
52	505,840	15,276	39,582	715	40,297	0	480,819	484,824
<b>TOT-86</b>	<b>25,872,214</b>	<b>464,097</b>	<b>2,289,156</b>	<b>787,417</b>	<b>3,076,573</b>	<b>0</b>	<b>23,239,738</b>	<b>23,273,139</b>



# ALLOCATIONS AND INVENTORIES SUMMARY

	BRITISH COLUMBIA			ALBERTA			SASKATCHEWAN			MANITOBA		
MONTH	ALLOC.	INVENT.	%	ALLOC.	INVENT.	%	ALLOC.	INVENT.	%	ALLOC.	INVENT.	%
January	2,434,712	2,347,601	96.43	1,503,600	1,437,847	95.63	701,116	662,884	94.55	2,324,778	2,252,451	96.89
February		2,322,496	95.40		1,432,915	95.30		673,860	96.12		2,208,017	94.98
March		2,339,901	96.11		1,424,462	94.74		668,549	95.36		2,232,069	96.02
April		2,350,249	96.54		1,446,562	96.21		665,167	94.88		2,209,629	95.05
May		2,340,324	96.13		1,421,692	94.56		656,032	93.57		2,242,994	96.49
June		2,348,181	96.45		1,432,525	95.28		655,960	93.56		2,244,059	96.53
July		2,326,094	95.54		1,435,385	95.47		669,175	95.45		2,201,921	94.72
August		2,339,675	96.10		1,432,047	95.25		668,350	95.33		2,227,388	95.82
September		2,338,031	96.03		1,429,811	95.10		671,090	95.72		2,231,008	95.97
October		2,358,535	96.88		1,425,795	94.83		677,196	96.59		2,229,406	95.90
November		2,353,854	96.68		1,450,905	96.50		664,298	94.75		2,254,167	96.97
December		2,360,309	96.95		1,447,885	96.30		678,166	96.73		2,247,691	96.69
AVERAGE +	2,344,806 96.31			1,436,392 95.53			668,442 95.34			2,224,190 95.67		

	ONTARIO			QUEBEC			NEW BRUNSWICK			NOVA SCOTIA		
MONTH	ALLOC.	INVENT.	%	ALLOC.	INVENT.	%	ALLOC.	INVENT.	%	ALLOC.	INVENT.	%
January	7,448,593	7,141,011	95.88	3,228,549	3,043,563	94.28	417,779	374,058	89.54	852,606	784,875	92.06
February		7,082,385	95.09		3,110,993	96.36		398,717	95.44		795,198	93.27
March		7,072,026	94.95		3,052,796	94.56		370,072	88.59		802,484	94.13
April		7,025,193	94.32		3,040,320	94.17		403,636	96.62		761,968	89.37
May		7,050,922	94.67		3,048,210	94.42		392,341	93.92		766,822	89.94
June		7,012,957	94.16		3,082,732	95.49		380,491	91.08		797,152	93.50
July		6,911,933	92.80		3,063,826	94.90		375,384	89.86		790,219	92.69
August		7,148,027	95.97		3,108,833	96.30		359,144	85.97		811,556	95.19
September		7,077,494	95.02		3,045,118	94.32		385,453	92.27		798,106	93.61
October		7,029,068	94.37		3,093,879	95.83		394,380	94.40		796,802	93.46
November		7,129,978	95.73		3,098,959	95.99		398,212	95.32		779,918	91.48
December		7,221,554	96.95		3,064,098	94.91		402,647	96.38		802,706	94.15
AVERAGE +	7,074,813 94.98			3,049,752 94.46			388,617 93.02			794,960 93.24		

	PRINCE EDWARD ISLAND			NEWFOUNDLAND			INVENT. TOTALS		INVENT. TOTALS	
MONTH	ALLOC.	INVENT.	%	ALLOC.	INVENT.	%	1986	%	1985	%
January	142,767	128,380	89.93	441,799	406,179	91.94	18,578,849	95.30	18,614,328	95.48
February		127,447	89.27		381,327	86.32	18,533,355	95.07	18,669,076	95.76
March		127,806	89.53		404,257	91.51	18,494,422	94.87	18,433,932	94.55
April		129,927	91.01		397,649	90.01	18,430,350	94.54	18,421,998	94.49
May		141,512	99.13		408,217	92.41	18,469,066	94.74	18,505,750	94.92
June		140,974	98.75		406,999	92.13	18,502,030	94.91	18,147,783	93.08
July		140,226	98.23		409,634	92.72	18,323,797	93.99	18,346,161	94.10
August		139,341	97.61		416,402	94.26	18,650,763	95.67	18,475,178	94.76
September		141,049	98.80		390,452	88.38	18,507,612	94.93	18,302,017	93.87
October		129,891	90.99		393,011	88.96	18,527,963	95.04	18,524,279	95.01
November		140,879	98.68		419,194	94.89	18,699,384	95.92	18,471,872	94.75
December		140,117	98.15		411,999	93.26	18,731,487	96.08	18,574,220	95.27
AVERAGE +		135,526	94.93		403,237	91.27	18,520,734	95.00	18,439,278	94.58

\*Allocation refers to total quota issuance allowed under the Federal-Provincial Agreement.

\*\*Inventory refers to the number of layers in provincial flocks as verified by CEMA Hen Inventory Audits.

Inventories are as of the last Friday of each month.

+ Average Inventories are based on a 52-week average.



**(COMPOSITE REPORT)**  
**ESTIMATED INTERPROVINCIAL MOVEMENT**

Buyers Sellers	B.C.	ALTA	SASK	MAN	ONT	QUE	N.B.	N.S.	P.E.I.	NFLD	TERR	EXPORT	TOTAL SALES 1986
B.C.													—
ALTA	51,709		5,601								73,599		130,909
SASK		129,198											129,198
MAN	97,496	688,963	106,696		273,265						2,647		1,169,067
ONT						1,394,671	12,800			567			1,408,038
QUE					30,325		24,807			20			55,152
N.B.													—
N.S.					4,470		69,817			12,419			86,706
P.E.I.							3,678	660					4,338
NFLD													—
TERR.	12												12
<b>Purchases Total 1986</b>	<b>149,217</b>	<b>818,161</b>	<b>112,297</b>	<b>—</b>	<b>308,060</b>	<b>1,394,671</b>	<b>111,102</b>	<b>660</b>	<b>—</b>	<b>13,006</b>	<b>76,246</b>		<b>2,983,420</b>

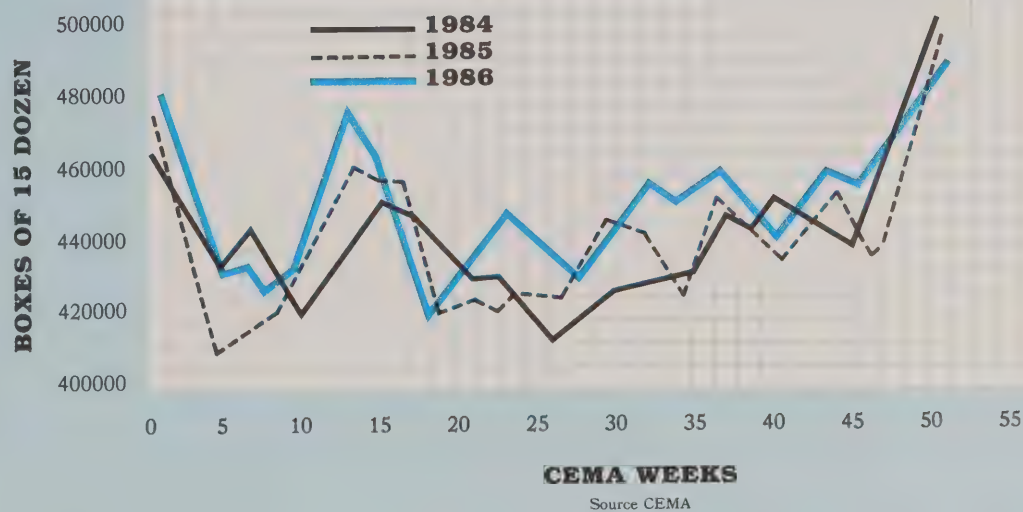
in boxes of 15 Dozen

The above excludes CEMA table export movement

The above includes table eggs removed under the CEMA Surplus Removal System

SOURCE: CEMA

**CANADIAN CONSUMPTION ESTIMATES**



# WEIGHTED AVERAGE PRODUCER PRICE: ALL GRADES



## WEIGHTED AVERAGE PRODUCER PRICE ALL GRADES (Cents per Dozen)

WEEK	1986	1985	WEEK	1986	1985
1	91.1	96.1	27	91.8	93.8
2	90.9	96.4	28	91.7	93.7
3	91.4	96.8	29	91.8	93.5
4	91.5	96.9	30	91.8	93.6
5	91.6	96.8	31	91.7	93.6
6	92.6	96.4	32	91.4	93.9
7	92.5	96.1	33	91.6	93.4
8	92.4	96.2	34	91.2	93.4
9	92.5	96.1	35	90.9	93.4
10	93.4	96.5	36	90.3	93.3
11	93.4	96.7	37	90.4	93.3
12	93.3	96.7	38	90.1	93.2
13	93.3	96.7	39	90.4	93.5
14	93.3	96.7	40	90.4	93.5
15	93.1	95.4	41	92.0	92.7
16	92.9	95.2	42	92.1	92.7
17	92.9	95.0	43	92.2	92.4
18	92.8	94.8	44	92.1	92.5
19	91.7	94.6	45	90.5	91.6
20	91.8	94.5	46	90.4	91.7
21	91.6	94.3	47	90.5	91.7
22	91.7	94.2	48	90.4	91.8
23	91.5	93.6	49	89.9	90.8
24	91.5	93.8	50	89.8	90.9
25	91.7	93.8	51	89.8	90.9
26	91.8	94.0	52	90.1	91.0

Source: Poultry Market Report Agriculture Canada

## AVERAGE NUMBER OF LAYERS PER PRODUCER

	1986	1985	1984	1983	1982	1981	1980	1979	1978	1977	1976
B.C.	14,937	14,667	14,073	14,470	14,150	13,995	14,114	12,701	12,631	10,863	10,084
ALBERTA	6,426	6,112	6,014	6,201	6,153	5,921	6,088	5,081	5,308	4,217	2,831
SASK.	8,248	7,790	7,459	7,342	7,059	7,059	7,043	6,004	6,047	4,425	3,464
MANITOBA	9,606	9,727	9,528	9,836	9,836	9,756	10,176	8,598	9,593	7,991	7,459
ONTARIO	9,501	9,311	9,253	9,812	9,728	9,704	9,380	8,016	8,271	7,007	6,578
QUEBEC	18,991	18,991	15,597	13,691	13,691	11,272	11,333	9,698	10,634	8,552	8,125
N.B.	16,711	16,711	16,062	15,527	15,527	17,972	14,456	11,770	10,414	9,933	8,926
N.S.	19,828	18,535	18,491	16,868	16,868	16,868	17,658	15,201	15,701	12,463	11,804
P.E.I.	4,461	4,605	4,605	4,355	4,355	4,107	3,992	3,188	3,445	2,243	1,636
NFLD	12,272	12,623	12,272	11,976	11,976	11,976	11,661	10,007	11,674	9,960	9,763
<b>NAT. AVG.</b>	<b>10,748</b>	<b>10,535</b>	<b>9,871</b>	<b>10,339</b>	<b>10,251</b>	<b>9,895</b>	<b>9,849</b>	<b>8,422</b>	<b>8,806</b>	<b>7,313</b>	<b>6,547</b>

Based on NFPMC allocation  
December, 1986

Source: CEMA

## NUMBER OF REGISTERED PRODUCERS PER PROVINCE

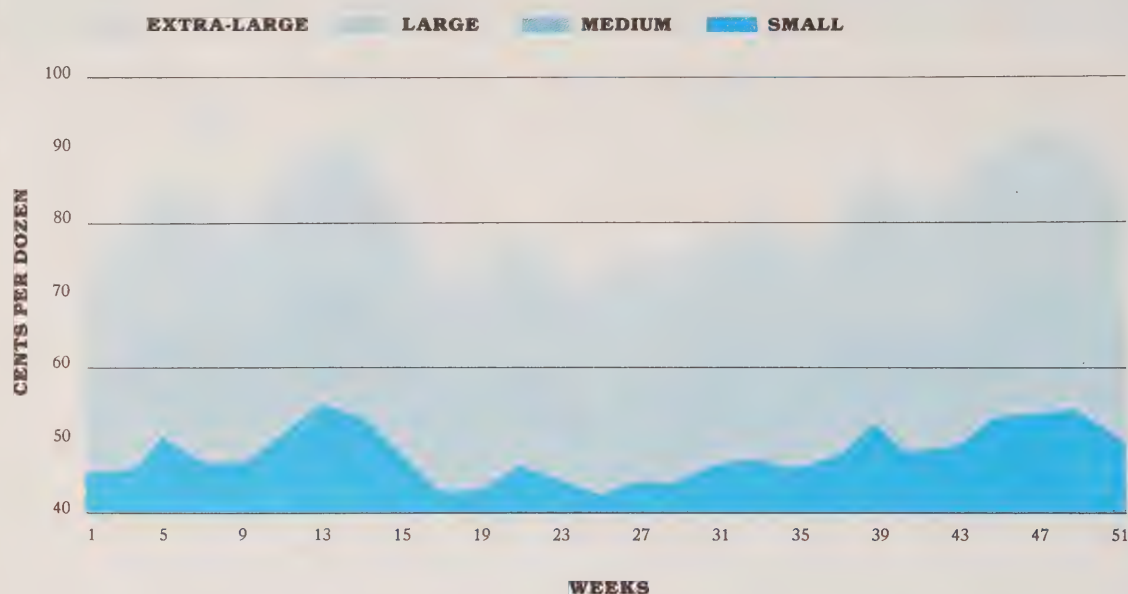
	1986	1985	1984	1983	1982	1981	1980	1979	1978	1977	1976
B.C.	163	166	173	177	181	183	190	192	198	218	233
ALBERTA	234	246	250	254	256	266	273	287	293	326	457
SASK.	85	90	94	100	104	104	111	104	116	123	135
MANITOBA	242	239	244	246	246	248	249	255	245	265	280
ONTARIO	784	800	805	812	819	821	890	926	938	1,004	1,044
QUEBEC	170	170	207	247	247	300	313	313	311	355	392
N.B.	25	25	26	27	27	28	29	33	40	39	43
N.S.	43	46	46	52	52	52	52	53	55	63	65
P.E.I.	32	31	31	33	33	35	36	40	42	48	58
NFLD	36	35	36	37	37	37	38	38	38	38	37
<b>TOTAL</b>	<b>1,814</b>	<b>1,848</b>	<b>1,912</b>	<b>1,985</b>	<b>2,002</b>	<b>2,074</b>	<b>2,181</b>	<b>2,241</b>	<b>2,276</b>	<b>2,479</b>	<b>2,744</b>

December, 1986

Source: CEMA



## PROCESSOR PRICE



## ONTARIO PROCESSOR PRICES IN CENTS PER DOZEN

Week -1986	XL	L	M	SM
1	75.5	70.0	59.0	44.5
3	78.5	73.0	61.5	46.0
5	86.0	80.0	67.0	50.5
7	81.0	75.0	63.0	47.5
9	79.5	74.0	62.0	47.0
11	85.0	79.0	66.5	50.0
13	91.5	85.0	71.5	54.0
*14*	90.5	84.0	70.5	53.5
15	80.5	75.0	63.0	48.0
17	72.0	67.0	56.5	43.0
19	72.0	67.0	56.5	43.0
21	77.5	72.0	60.5	46.0
23	73.0	68.0	57.5	43.5
25	69.0	64.0	54.0	41.0
27	74.0	69.0	58.0	44.0
29	74.0	69.0	58.0	44.0
31	78.5	73.0	61.5	46.5
33	79.5	74.0	62.5	47.0
35	77.5	72.0	60.5	46.0
37	78.5	73.0	61.5	46.5
39	87.0	81.0	68.0	51.5
41	82.0	76.0	64.0	48.5
43	83.0	77.0	65.0	49.0
45	90.5	84.0	70.5	53.5
47	91.5	85.0	71.5	54.0
49	91.5	85.0	71.5	54.0
51	85.0	79.0	66.5	50.5

\*Amendements —

- (a) Orderly Market Assessment component changed from 5 to 3 cents per dozen.
- (b) Prices now include 1 cent per dozen for processors contribution to surplus removal.

Source CEMA

**CANADIAN EGG  
MARKETING AGENCY**

**REPORT AND  
FINANCIAL  
STATEMENTS**

**DECEMBER 27, 1986**

AUDITORS' REPORT

The Minister of Agriculture  
Government of Canada

The National Farm Products  
Marketing Council

The Members  
Canadian Egg Marketing Agency

We have examined the balance sheet of the Surplus Removal Accounts and the Administration Account of the Canadian Egg Marketing Agency as at December 27, 1986 and the statement of operations and balance of fund of the Surplus Removal Accounts and the Administration Account for the fifty-two week period then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances, except as outlined in the following paragraph.

Due to the structure of the egg producers' levy and service fees, our verification of levy and service fees was limited to an examination of amounts recorded in the accounts.

In our opinion, except for the effects of any adjustments which might have been required had we been able to verify levy and service fees beyond those recorded in the accounts, these financial statements present fairly the financial position of the Canadian Egg Marketing Agency as at December 27, 1986 and the results of its operations for the fifty-two week period then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied on a basis consistent with that of the preceding period.

Ottawa, Ontario  
February 19, 1987

*Touche Ross + Co.*

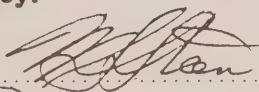
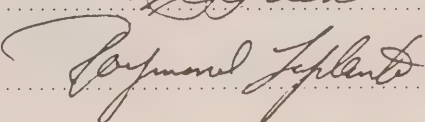
Chartered Accountants



**CANADIAN EGG MARKETING AGENCY**  
**BALANCE SHEET** AS AT DECEMBER 27, 1986

	<b>December 27, 1986</b>	<b>December 28, 1985</b>		
	<b>Surplus Removal Accounts (Schedule I)</b>	<b>Administration Account</b>	<b>Total</b>	<b>Total</b>
<b>ASSETS</b>				
Current				
Cash	\$ 6,304,941	\$ 1,393,932	\$ 7,698,873	\$ 1,067,298
Accounts receivable (Note 3)	3,309,804	682,477	3,992,281	4,726,197
Inventory	457,865	—	457,865	273,006
Inter-account receivable (payable)	(1,048,042)	1,048,042	—	—
	<u>9,024,568</u>	<u>3,124,451</u>	<u>12,149,019</u>	<u>6,066,501</u>
Fixed				
Computer, equipment and leasehold improvements	—	1,314,235	1,314,235	1,283,043
Accumulated depreciation and amortization	—	(827,462)	(827,462)	(625,253)
	<u>—</u>	<u>486,773</u>	<u>486,773</u>	<u>657,790</u>
	<u>\$ 9,024,568</u>	<u>\$ 3,611,224</u>	<u>\$ 12,635,792</u>	<u>\$ 6,724,291</u>
<b>LIABILITIES AND BALANCE OF FUND</b>				
Current				
Accounts payable and accrued liabilities	\$ 2,638,045	\$ 1,139,704	\$ 3,777,749	\$ 3,089,482
Balance of fund	6,386,523	2,471,520	8,858,043	3,634,809
	<u>\$ 9,024,568</u>	<u>\$ 3,611,224</u>	<u>\$ 12,635,792</u>	<u>\$ 6,724,291</u>

**On behalf of the Agency:**

....., Director  
  
 .....  
  
 ....., Director

**CANADIAN EGG MARKETING AGENCY**  
**STATEMENT OF OPERATIONS AND BALANCE OF FUND**  
 FOR THE FIFTY-TWO WEEK PERIOD ENDED  
 DECEMBER 27, 1986

	<b>December 27, 1986</b> <b>(52 weeks)</b>		<b>December 28</b> <b>1985</b> <b>(52 weeks)</b>	
	<b>Surplus Removal Accounts</b> (Schedule II)	<b>Administration Account</b>	<b>Total</b>	<b>Total</b>
<b>Revenues</b>				
Egg sales	\$30,302,415	\$ —	<b>\$30,302,415</b>	\$28,543,476
Levy, service fees and contributions	24,532,165	6,388,058	<b>30,920,223</b>	33,675,761
Interest and other income	740,703	227,775	<b>968,478</b>	253,724
Provincial inventory penalties (Note 4)	—	—	—	31,936
	<u>55,575,283</u>	<u>6,615,833</u>	<u><b>62,191,116</b></u>	<u>62,504,897</u>
<b>Expenses</b>				
Trading operations				
Egg purchases	47,811,714	—	<b>47,811,714</b>	50,119,665
Dyeing and storage	509,046	—	<b>509,046</b>	850,426
Transportation and handling	1,275,699	—	<b>1,275,699</b>	1,096,833
Packaging material	105,789	—	<b>105,789</b>	548,178
Provincial agents' fees	190,537	—	<b>190,537</b>	179,560
Interest	380,848	—	<b>380,848</b>	496,773
Brokerage, customs and excise	—	—	—	69,311
Other	5,037	—	<b>5,037</b>	3,011
	<u>50,278,670</u>	<u>—</u>	<u><b>50,278,670</b></u>	<u>53,363,757</u>
Promotion	—	1,062,680	<b>1,062,680</b>	1,035,066
Advertising	—	1,845,007	<b>1,845,007</b>	1,739,885
Salaries	—	1,436,694	<b>1,436,694</b>	1,543,473
Professional fees and consulting	—	310,412	<b>310,412</b>	318,795
Meetings and travel	—	625,358	<b>625,358</b>	632,337
Office	—	277,202	<b>277,202</b>	273,787
Research	—	529,635	<b>529,635</b>	353,208
Telephone and telex	—	144,233	<b>144,233</b>	158,520
Rent	—	124,278	<b>124,278</b>	122,639
Communications	—	95,961	<b>95,961</b>	122,653
Per diems	—	173,575	<b>173,575</b>	129,991
Other administrative	—	91,557	<b>91,557</b>	79,496
Depreciation and amortization	—	219,467	<b>219,467</b>	238,398
Uncollectible levy, service fees and contributions (recovery)	(304,039)	(111,024)	<b>(415,063)</b>	46,352
Donation of eggs	168,216	—	<b>168,216</b>	199,626
	<u>50,142,847</u>	<u>6,825,035</u>	<u><b>56,967,882</b></u>	<u>60,357,983</u>
<b>Excess of revenues over expenses (expenses over revenues)</b>	5,432,436	(209,202)	<b>5,223,234</b>	2,146,914
<b>Balance of fund, beginning of period</b>	954,087	2,680,722	<b>3,634,809</b>	1,487,895
<b>Balance of fund, end of period</b>	<u>\$ 6,386,523</u>	<u>\$ 2,471,520</u>	<u><b>\$ 8,858,043</b></u>	<u>\$ 3,634,809</u>

**CANADIAN EGG MARKETING AGENCY**  
**NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS**  
**DECEMBER 27, 1986**

**1. Activities of the Agency**

**a) Formation of the Agency**

The Canadian Egg Marketing Agency was established to ensure the orderly marketing of eggs in Canada.

**b) Levy and service fees**

The provincial egg marketing boards have agreed to act as agents of the Agency for the collection, control and remittance of the levy imposed by the Agency. Further amounts are paid to the Agency by the provincial boards to finance the national product removal system pursuant to the supplementary federal-provincial agreement and, in the case of Quebec and Alberta, through service fees payable pursuant to a commercial contract.

**c) Removal activities**

The Agency purchases, at specified buy-back prices, all eggs that meet Agency specifications that have been declared by the provincial boards as excess to their table market requirements.

**2. Significant accounting policies**

**a) Basis of accounting**

Four funds have been established. The product removal levy, service fees and contributions are allocated to the Domestic Account, Export Account and Producer/Processor Account. All transactions involving the buying and selling of declared eggs are recorded in the Domestic Account and Producer/Processor Account for domestic sales of product and the Export Account for export sales of product excess to the domestic requirement. The administration levy and service fees and all administration expenses are recorded in the Administration Account.

**b) Inventory**

Inventory of shell eggs is valued at the lower of cost and net realizable value. Shell eggs consist of eggs declared to the Agency but unsold at the end of the period. All shell eggs were sold subsequent to the end of the period.

**c) Fixed assets**

Fixed assets are recorded at cost. Depreciation and amortization of fixed assets are calculated using the straight-line method over their anticipated useful lives as follows:

Office equipment	10 years
Computer	5 years
Leasehold improvements	over term of lease



Canadian Egg Marketing Agency  
**Notes to financial statements**  
 December 27, 1986

### 3. Accounts receivable

Accounts receivable consist of the following:

	December 27, 1986		December 28, 1985	
	Surplus Removal Accounts	Administration Account	Total	Total
Levy, service fees and contributions net of allowances for uncollectable amounts of \$2,265,000 (1985 — \$2,767,000)	\$ 2,182,980	\$ 593,905	\$ 2,776,885	\$ 3,074,549
Egg sales	1,094,277	—	1,094,277	1,420,118
Other	32,547	88,572	121,119	231,530
	<u>\$ 3,309,804</u>	<u>\$ 682,477</u>	<u>\$ 3,992,281</u>	<u>\$ 4,726,197</u>

### 4. Provincial inventory penalties

Under the provisions of the Commodity Boards' Federal-Provincial Agreement, the Agency has the right to assess penalties against provinces that surpass allocated quotas established by the National Farm Producers Marketing Council.

Penalties are recorded on a cash basis. In 1986, no penalty payments were received. In 1985, penalty payments of \$3,311 and \$28,625 were received from Manitoba and Nova Scotia respectively.

### 5. Inter-account transfers

At December 27, 1986, the Agency had not received all the documentation needed to substantiate that a portion of the sales reflected in the Export Account were in fact export sales. Should it be established that these were sales for the domestic market, the net cost of these sales transactions will be charged to the Domestic Account. At December 27, 1986, the maximum contingent liability of the Domestic Account to the Export Account related to these sales amounted to approximately \$1,724,000.

During the period, the Agency established that a portion of the sales previously reflected in the Export Account were sales for the domestic market. The net cost of these sales which amounted to \$372,719 (1985 — \$407,069) was transferred to the Domestic Account from the Export Account.

### 6. Commitments

The Agency is committed under the terms of operating lease contracts for the rental of premises in the aggregate amount of \$350,784 and for each of the next four years as follows:

1987	\$ 100,224
1988	100,224
1989	100,224
1990	50,112
	<u>\$ 350,784</u>

### 7. Financial statement approval

These financial statements were approved by the Audit Committee of the Agency on February 19, 1987.

## SCHEDULE I

**CANADIAN EGG MARKETING AGENCY**  
**SURPLUS REMOVAL ACCOUNTS**  
**BALANCE SHEET** AS AT DECEMBER 27, 1986

	<b>December 27, 1986</b>			<b>December 28, 1985</b>	
	<b>Domestic Account</b>	<b>Export Account</b>	<b>Producer/ Processor Account</b>	<b>Total Surplus Removal Accounts</b>	<b>Total Surplus Removal Accounts</b>
<b>ASSETS</b>					
Current					
Cash	\$ 113,431	\$ 6,191,510	\$ —	\$ 6,304,941	\$ 930,364
Accounts receivable	2,675,119	634,685	—	3,309,804	4,018,033
Inventory	286,076	171,789	—	457,865	273,006
Inter-account receivable (payable)	(2,400,155)	(319,899)	1,672,012	(1,048,042)	(2,418,627)
	<u>\$ 674,471</u>	<u>\$ 6,678,085</u>	<u>\$ 1,672,012</u>	<u>\$ 9,024,568</u>	<u>\$ 2,802,776</u>
<b>LIABILITIES AND BALANCE OF FUND</b>					
Current					
Accounts payable and accrued liabilities	\$ 1,786,525	\$ 851,520	\$ —	\$ 2,638,045	\$ 1,848,689
Balance of fund	(1,112,054)	5,826,565	1,672,012	6,386,523	954,087
	<u>\$ 674,471</u>	<u>\$ 6,678,085</u>	<u>\$ 1,672,012</u>	<u>\$ 9,024,568</u>	<u>\$ 2,802,776</u>

On behalf of the Agency:

....., Director

....., Director

## SCHEDULE II

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY  
**SURPLUS REMOVAL ACCOUNTS**  
**STATEMENT OF OPERATIONS AND BALANCE OF FUND**  
 FOR THE FIFTY-TWO WEEK PERIOD ENDED  
 DECEMBER 27, 1986

	December 27, 1986			December 28 1985	
	Domestic Account	Export Account	Producer/ Processor Account	Total Surplus Removal Accounts	Total Surplus Removal Accounts
<b>Revenues</b>					
Egg sales	\$24,715,091	\$ 5,587,324	\$ —	<b>\$30,302,415</b>	\$28,543,476
Levy, service fees and contributions	14,684,225	8,026,226	1,821,714	<b>24,532,165</b>	27,358,851
Interest and other income	146,666	594,037	—	<b>740,703</b>	43,448
Provincial inventory penalties (Note 4)	—	—	—	—	31,936
Inter-account transfers (Note 5)	(238,104)	372,719	(134,615)	—	—
	<u>39,307,878</u>	<u>14,580,306</u>	<u>1,687,099</u>	<b>55,575,283</b>	<u>55,977,711</u>
<b>Expenses</b>					
Trading operations					
Egg purchases	35,688,184	12,123,530	—	<b>47,811,714</b>	50,119,665
Dyeing and storage	405,036	104,010	—	<b>509,046</b>	850,426
Transportation and handling	1,030,489	245,210	—	<b>1,275,699</b>	1,096,833
Packaging material	105,789	—	—	<b>105,789</b>	548,178
Provincial agents' fees	135,926	54,611	—	<b>190,537</b>	179,560
Interest	279,931	100,917	—	<b>380,848</b>	469,773
Brokerage, customs and excise	—	—	—	—	69,311
Other	4,456	581	—	<b>5,037</b>	3,011
	<u>37,649,811</u>	<u>12,628,859</u>	<u>—</u>	<b>50,278,670</b>	<u>53,363,757</u>
Depreciation and amortization	—	—	—	—	23,060
Uncollectible levy, service fees and contributions (recovery)	(286,417)	(32,709)	15,087	<b>(304,039)</b>	133,140
Donation of eggs	68,395	99,821	—	<b>168,216</b>	199,627
	<u>37,431,789</u>	<u>12,695,971</u>	<u>15,087</u>	<b>50,142,847</b>	<u>53,719,584</u>
<b>Excess of revenues over expenses</b>	1,876,089	1,884,335	1,672,012	<b>5,432,436</b>	2,258,127
<b>Balance of fund, beginning of period</b>	(2,988,143)	3,942,230	—	<b>954,087</b>	(1,304,040)
<b>Balance of fund, end of period</b>	<u>\$(1,112,054)</u>	<u>\$ 5,826,565</u>	<u>\$ 1,672,012</u>	<b>\$ 6,386,523</b>	<u>\$ 954,087</u>



OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES ŒUFS  
**COMPTES D'ÉCOULEMENT DES EXCÉDENTS**  
**ÉTAT DES RÉSULTATS D'EXPLOITATION ET SOLDE DU**  
**FONDS**  
 POUR L'EXERCICE DE CINQUANTE-DEUX SEMAINES TERMINÉ  
 LE 27 DÉCEMBRE 1986

27 décembre 1986

28 décembre 1985

Compte des producteurs/transformateurs  
 Total des ex-cédents  
 Total des ex-cédents  
 Total des ex-cédents

Compte national  
 Compte d'exportation  
 Revenus

Ventes d'œufs  
 Prélèvements, frais de  
 service et contributions  
 Intérêts et autres  
 revenus  
 Pénalités provinciales  
 sur inventaires (note 4)  
 Virements intercompte  
 (note 5)

Opérations commerciales  
 Achats d'œufs  
 Coloration et  
 entreposage  
 Transport et  
 manutention  
 Matériaux d'emballage  
 Honoraires des agents  
 provinciaux  
 Intérêts  
 Frais de courtage,  
 droits de douanes et  
 taxes d'accise  
 Autres dépenses

Amortissement  
 Prélèvements, frais de  
 service et  
 contributions  
 irrécupérables  
 (recupérés)  
 Dons d'œufs

Excédent des  
 revenus sur les  
 dépenses  
 Solde du fonds au  
 début de  
 l'exercice  
 Solde du fonds à  
 la fin de  
 l'exercice

(1 112 054)\$  
 5 826 565\$  
 1 672 012\$  
 6 386 523\$  
 954 087\$

(2 988 143)  
 3 942 230  
 —  
 954 087  
 (1 304 040)

1 876 089  
 1 884 335  
 1 672 012  
 5 432 436  
 2 258 127

37 431 789  
 12 695 971  
 15 087  
 50 142 847  
 53 719 584

(286 417)  
 (32 709)  
 15 087  
 (304 039)  
 133 140

68 395  
 99 821  
 —  
 168 216  
 199 627

—  
 —  
 —  
 —  
 23 060

37 649 811  
 12 628 859  
 —  
 50 278 670  
 53 363 757

4 456  
 581  
 —  
 5 037  
 3 011

—  
 —  
 —  
 —  
 69 311

279 931  
 100 917  
 —  
 380 848  
 496 773

135 926  
 54 611  
 —  
 190 537  
 179 560

105 789  
 —  
 —  
 105 789  
 548 178

1 030 489  
 245 210  
 —  
 1 275 699  
 1 096 833

405 036  
 104 010  
 —  
 509 046  
 850 426

35 688 184  
 12 123 530  
 —  
 47 811 714  
 50 119 665

39 307 878  
 14 580 306  
 1 687 099  
 55 575 263  
 55 977 711

(238 104)  
 372 719  
 (134 615)  
 —  
 —

—  
 —  
 —  
 —  
 31 936

146 666  
 594 037  
 —  
 740 703  
 43 448

14 684 225  
 8 026 226  
 1 821 714  
 24 532 165  
 27 358 851

24 715 091\$  
 5 587 324\$  
 —  
 30 302 415\$  
 28 543 476\$

ANNEXE I

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES ŒUFS  
COMPTES D'ÉCOULEMENT DES EXCÉDENTS  
BILAN AU 27 DÉCEMBRE 1986

27 décembre 1986                      28 décembre 1985

Compte des producteurs/transformateurs	Compte national	Compte d'exportation	Total
Compte des producteurs/transformateurs	Compte national	Compte d'exportation	Total
des excédents	des excédents	des excédents	des excédents
écoulement	écoulement	écoulement	écoulement

ACTIF

À court terme  
Encaisse  
Débiteurs  
Stocks  
Intercompte —  
somme à recevoir  
(payable)

674 471\$	6 678 085\$	1 672 012\$	9 024 568\$	2 802 776\$
(2 400 155)	(319 899)	1 672 012	(1 048 042)	(2 418 627)
286 076	171 789	—	457 865	273 006
2 675 119	634 685	—	3 309 804	4 018 033
113 431\$	6 191 510\$	— \$	6 304 941\$	930 364\$

PASSIFS ET SOLDE DU FONDS

À court terme  
Créanciers et frais  
cours

1 786 525\$	851 520\$	—	2 638 045\$	954 087	1 848 689\$
(1 112 054)	5 826 565	1 672 012	6 386 523	9 024 568\$	2 802 776\$

Approuvé au nom de l'Office,

administrateur .....

administrateur .....

Office canadien de commercialisation des oeufs  
Notes complémentaires  
27 décembre 1986

3. Débiteurs

Les débiteurs sont composés comme suit:

Écoulement des excédents	Compte d'adminis- tration	Total	Total	27 décembre 1985
Prélèvements, frais de service et contributions, moins la provision pour les sommes irrécouvrables de 2 265 000 \$   1985 — 2 767 000 \$	2 182 980\$	593 905\$	2 776 885\$	3 074 549\$
Ventes d'oeufs	1 094 277	—	1 094 277	1 420 118
Autres débiteurs	32 547	88 572	121 119	231 530
3 309 804\$	682 477\$	3 992 281\$	4 726 197\$	

4. Pénalités provinciales sur inventaires

Conformément aux dispositions de l'Accord fédéral-provincial sur les Offices de commercialisation, l'Office a le droit d'imposer des pénalités aux provinces qui dépassent les quotas permis et établis par le Conseil national de commercialisation des produits de ferme.

Les pénalités sont enregistrées selon la méthode de caisse. En 1986, aucun paiement pour pénalités n'a été reçu. En 1985, des paiements pour pénalités de 3 311\$ et 28 625\$ ont été versés par le Manitoba et la Nouvelle-Écosse respectivement.

5. Virements intercompte

Au 27 décembre 1986, l'Office n'avait pas reçu tous les renseignements nécessaires pour justifier qu'une partie des ventes comprises dans le compte d'exportation était en fait des ventes destinées à l'exportation. Si l'on obtenait la preuve que ces ventes étaient destinées au marché national, leur coût net serait imputé au compte national. Au 27 décembre 1986, la dette éventuelle maximale du compte national envers le compte d'exportation en ce qui a trait à ces ventes s'élevait approximativement à 1 724 000\$.

Au cours de l'exercice, l'Office a décidé qu'une partie des ventes antérieurement comptabilisées au compte d'exportation avaient eu lieu sur le marché national. Le coût net de ces ventes est de 372 719\$ (1985 — 407 069\$). Ce montant a été transféré du compte d'exportation au compte national.

6. Engagements

L'Office s'est engagé en vertu de contrats de location d'espace pour une valeur totale de 449 550\$ répartis sur les quatre prochaines années comme suit:

1987	100 224\$
1988	100 224\$
1989	100 224\$
1990	50 112\$
	350 784\$

7. Approbation des états financiers

Le 19 février 1987, ces états financiers recevaient l'approbation du comité de vérification de l'Office.



OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS  
NOTES COMPLÉMENTAIRES  
27 DÉCEMBRE 1986

1. Activités de l'Office

a) Formation de l'Office

L'Office canadien de commercialisation des oeufs a été établi afin d'assurer la commercialisation ordonnée des oeufs au Canada.

b) Prélèvements et frais de service

Les offices provinciaux de commercialisation des oeufs ont accepté d'agir à titre d'agents de l'Office aux fins de la perception, du contrôle et de la remise des prélèvements imposés par l'Office. Les offices provinciaux versent à l'Office des sommes additionnelles pour financer le programme national d'écoulement des produits selon l'Accord fédéral-provincial complémentaire, et dans le cas du Québec et de l'Alberta, des frais de service conformément aux modalités d'une entente commerciale.

c) Activités d'écoulement du produit

L'Office achète, à des prix de rachat spécifiques, tous les oeufs que les offices provinciaux ne peuvent vendre sur leur marché de "table" et qui répondent aux critères de l'Office.

2. Principales conventions comptables

a) Méthode de comptabilité

Quatre fonds ont été créés. Les prélèvements, les frais de service et les contributions sont répartis entre le compte national, le compte d'exportation et le compte des producteurs/transformateurs. Toutes les opérations comportant l'achat et la vente des oeufs déclarés sont comptabilisées dans le compte national et le compte des producteurs/transformateurs en ce qui a trait aux ventes nationales de produits et dans le compte d'exportation pour ce qui est des ventes à l'exportation de produits excédant la demande nationale. Les prélèvements, les frais de service ainsi que tous les frais d'administration sont comptabilisés dans le compte d'administration.

b) Stocks

Les stocks d'oeufs en coquille sont inscrits au coût ou à la valeur de réalisation nette. Les oeufs en coquille sont les oeufs déclarés à l'Office mais non vendus à la fin de l'exercice. Tous les oeufs en coquille ont été vendus après la fin de l'exercice.

c) Immobilisations

Les immobilisations sont comptabilisées au coût. L'amortissement est calculé selon la méthode de l'amortissement linéaire à des taux permettant de radier le coût des immobilisations sur leur durée d'utilisation probable, comme suit:

Matériel de bureau	10 ans
Ordinateur	5 ans
Améliorations locatives	sur la durée du bail

POUR L'EXERCICE DE CINQUANTE-DEUX SEMAINES TERMINÉ  
LE 27 DÉCEMBRE 1986

# ÉTAT DES RÉSULTATS D'EXPLOITATION ET SOLDE DU FONDS

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES ŒUFS

28 décembre 1985 (52 semaines) Total	27 décembre 1986 (52 semaines) Compte d'adminis- tration Total	27 décembre 1986 (cédule II) Écoulement des excédents Total	Revenus	Dépenses	Excédent des revenus sur les dépenses (dépendances sur les revenus) de l'exercice Solde du fonds à la fin de l'exercice
28 543 476\$	30 302 415\$	\$ —	30 302 415\$	—	6 386 523\$
33 675 761	30 920 223	6 388 058	24 532 165	24 532 165	954 087
253 724	968 478	227 775	740 703	740 703	5 432 436
31 936	—	—	—	—	50 142 847
62 504 897	62 191 116	6 615 833	55 575 283	55 575 283	(304 039)
50 119 665	47 811 714	—	47 811 714	—	168 216
850 426	509 046	—	509 046	—	6 825 035
1 096 833	1 275 699	—	1 275 699	—	—
548 178	105 789	—	105 789	—	—
179 560	190 537	—	190 537	—	—
496 773	380 848	—	380 848	—	—
69 311	—	—	—	—	—
3 011	5 037	—	5 037	—	—
53 363 757	50 278 670	1 062 680	50 278 670	—	—
1 035 066	1 062 680	1 845 007	—	—	—
1 739 885	1 845 007	1 845 007	—	—	—
1 543 473	1 436 694	1 436 694	—	—	—
318 795	310 412	310 412	—	—	—
632 337	625 358	625 358	—	—	—
273 787	277 202	277 202	—	—	—
353 208	529 635	529 635	—	—	—
158 520	144 233	144 233	—	—	—
122 639	124 278	124 278	—	—	—
122 653	95 961	95 961	—	—	—
129 991	173 575	173 575	—	—	—
79 496	91 557	91 557	—	—	—
238 398	219 467	219 467	—	—	—
46 352	(415 063)	(111 024)	(304 039)	—	—
199 626	168 216	—	168 216	—	—
60 357 983	56 967 882	6 825 035	50 142 847	50 142 847	—
2 146 914	5 223 234	(209 202)	5 432 436	5 432 436	—
1 487 895	3 634 809	2 680 722	954 087	954 087	—
3 634 809\$	8 858 043\$	2 471 520\$	6 386 523\$	6 386 523\$	—

## BILAN AU 27 DECEMBRE 1986

27 décembre 1986

28 décembre 1985

ACTIF	PASSIF ET SOLDE DU FONDS
À court terme	À court terme
Encaisse	Cranciers et frais courus
Débiteurs (note 3)	Solde du fonds
Stocks	
Intercompte — somme à recevoir (payable)	
(1 048 042)	
Immobiliisations	
Ordinateur, matériel et améliorations locatives	
Amortissement cumulé	
—	
—	
—	
6 304 941\$	2 638 045\$
3 309 804	6 386 523
457 865	9 024 568\$
1 048 042	
1 048 042	
3 124 451	
1 393 932\$	
682 477	
—	
457 865	
7 698 873\$	
3 992 281	
457 865	
—	
12 149 019	
—	
1 067 298\$	
4 726 197	
273 006	
—	
6 066 501	
1 283 043	
(625 253)	
657 790	
6 724 291\$	
1 314 235	
(827 462)	
486 773	
12 635 792\$	
—	
3 777 749\$	
8 858 043	
3 089 482\$	
3 634 809	
6 724 291\$	
Compte d'administrations	
excédents (cédulé I)	
Total	
Total	

Approuvé au nom de l'Office,

## administrateur

## administrateur



## RAPPORT DES VÉRIFICATEURS

Ministre de l'Agriculture  
Gouvernement du Canada

Conseil national de commercialisation  
des produits ferme

Les membres de  
l'Office canadien de commercialisation des oeufs

Nous avons vérifié le bilan des comptes d'écoulement des excédents et du compte d'administration de l'Office canadien de commercialisation des oeufs au 27 décembre 1986 ainsi que l'état des résultats d'exploitation et solde du fonds des comptes d'écoulement des excédents et du compte d'administration pour l'exercice de 52 semaines terminé à cette date. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues et a comporté, par conséquent, les sondages et autres procédés que nous avons jugés nécessaires dans les circonstances, à l'exception de ce qui est mentionné dans le paragraphe ci-dessous.

En raison de la structure des prélèvements sur la production d'oeufs et des frais de service, notre vérification des prélèvements et des frais de service s'est limitée à un examen des montants comptabilisés.

À notre avis, à l'exception de l'effet des éventuels redressements que nous aurions pu juger nécessaires si nous avions été en mesure de vérifier les prélèvements et les frais de service au-delà des montants comptabilisés, ces états financiers présentent fidèlement la situation financière de l'Office canadien de commercialisation des oeufs au 27 décembre 1986 ainsi que les résultats de son exploitation pour l'exercice de 52 semaines terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus, appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

Ottawa (Ontario)  
le 19 février 1987

Comptables agréés

*Paul & Co*

OFFICE CANADIEN  
DE  
COMMERCIALISATION  
DES ŒUVES  
RAPPORT ET  
ÉTATS FINANCIERS  
27 DÉCEMBRE 1986

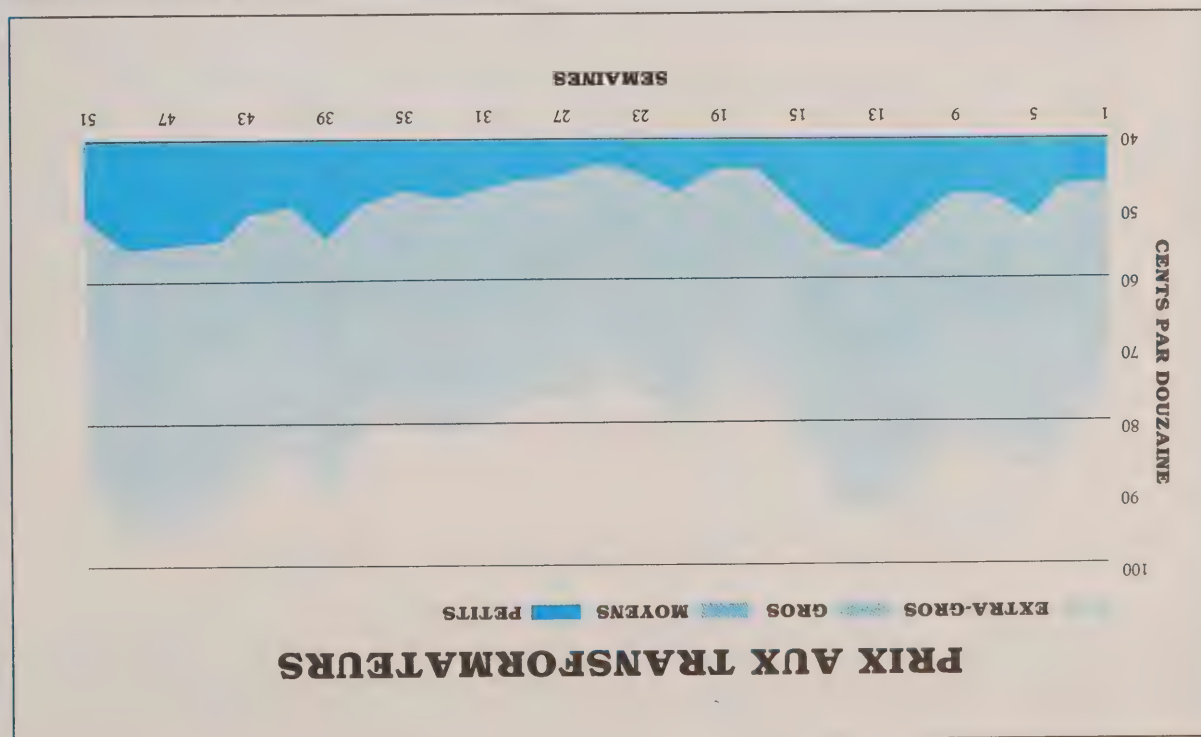
## \* Amendements —

- (a) L'imposition sur la commercialisation ordonnée a passé de 5 à 3 cents la douzaine.  
 (b) Les prix incluent maintenant 1 cent la douzaine pour couvrir la participation des transformateurs à l'écoulement des excédents.

Source: OCCO

Semaine - 1986	XG	G	M	P
1	75,5	70,0	59,0	44,5
3	78,5	73,0	61,5	46,0
5	86,0	80,0	67,0	50,5
7	81,0	75,0	63,0	47,5
9	79,5	74,0	62,0	47,0
11	85,0	79,0	66,5	50,0
13	91,5	85,0	71,5	54,0
*14*	90,5	84,0	70,5	53,5
15	80,5	75,0	63,0	48,0
17	72,0	67,0	56,5	43,0
19	72,0	67,0	56,5	43,0
21	77,5	72,0	60,5	46,0
23	73,0	68,0	57,5	43,5
25	69,0	64,0	54,0	41,0
27	74,0	69,0	58,0	44,0
29	74,0	69,0	58,0	44,0
31	78,5	73,0	61,5	46,5
33	79,5	74,0	62,5	47,0
35	77,5	72,0	60,5	46,0
37	78,5	73,0	61,5	46,5
39	87,0	81,0	68,0	51,5
41	82,0	76,0	64,0	48,5
43	83,0	77,0	65,0	49,0
45	90,5	84,0	70,5	53,5
47	91,5	85,0	71,5	54,0
49	91,5	85,0	71,5	54,0
51	85,0	79,0	66,5	50,5

## PRIX AUX TRANSFORMATEURS DE L'ONTARIO - CENTS PAR DOUZAINES





## NOMBRE MOYEN DE PONDEUSES PAR PRODUCTEUR

1986 1985 1984 1983 1982 1981 1980 1979 1978 1977 1976

C.B.	14 937	14 667	14 073	14 470	14 150	13 995	14 114	12 701	12 631	10 863	10 084
ALBERTA	6 426	6 112	6 014	6 201	6 153	5 921	6 088	5 081	5 308	4 217	2 831
SASK.	8 248	7 790	7 459	7 342	7 059	7 059	7 043	6 004	6 047	4 425	3 464
MANITOBA	9 606	9 727	9 528	9 836	9 836	9 756	10 176	8 598	9 593	7 991	7 459
ONTARIO	9 501	9 311	9 253	9 812	9 728	9 704	9 380	8 016	8 271	7 007	6 578
QUÉBEC	18 991	18 991	15 597	13 691	13 691	11 272	11 333	9 698	10 634	8 552	8 125
N.B.	16 711	16 711	16 062	15 527	15 527	17 972	14 456	11 770	10 414	9 933	8 926
N.E.	19 828	18 535	18 491	16 868	16 868	17 658	15 201	15 701	12 463	11 804	11 636
I.P.E.	4 461	4 605	4 605	4 355	4 355	4 107	3 992	3 188	3 445	2 243	1 636
T.N.	12 272	12 623	12 272	11 976	11 976	11 976	11 661	10 007	11 674	9 960	9 763

MOY. NAT. 10 748 10 535 9 671 10 339 10 251 9 895 9 849 8 422 8 806 7 818 6 547

Selon l'allocation du CNCP  
Décembre, 1986

Source: OCCO

NOMBRE DE PRODUCTEURS RÉGLEMENTÉS  
PAR PROVINCE

1986 1985 1984 1983 1982 1981 1980 1979 1978 1977 1976

C.B.	163	166	173	177	181	183	190	192	198	218	233
ALBERTA	234	246	250	254	256	266	273	287	293	326	457
SASK.	85	90	94	100	104	104	111	104	116	123	135
MANITOBA	242	239	244	246	248	249	255	245	265	280	280
ONTARIO	784	800	805	812	819	821	890	926	938	1 004	1 044
QUÉBEC	170	170	207	247	247	300	313	313	311	355	392
N.B.	25	25	26	27	27	28	29	33	40	39	43
N.E.	43	46	46	52	52	52	53	55	63	65	65
I.P.E.	32	31	31	33	33	35	36	40	42	48	58
T.N.	36	35	36	37	37	37	38	38	38	38	37

TOTAL 1 814 1 848 1 912 1 985 2 002 2 074 2 181 2 241 2 276 2 479 2 744

Décembre, 1986

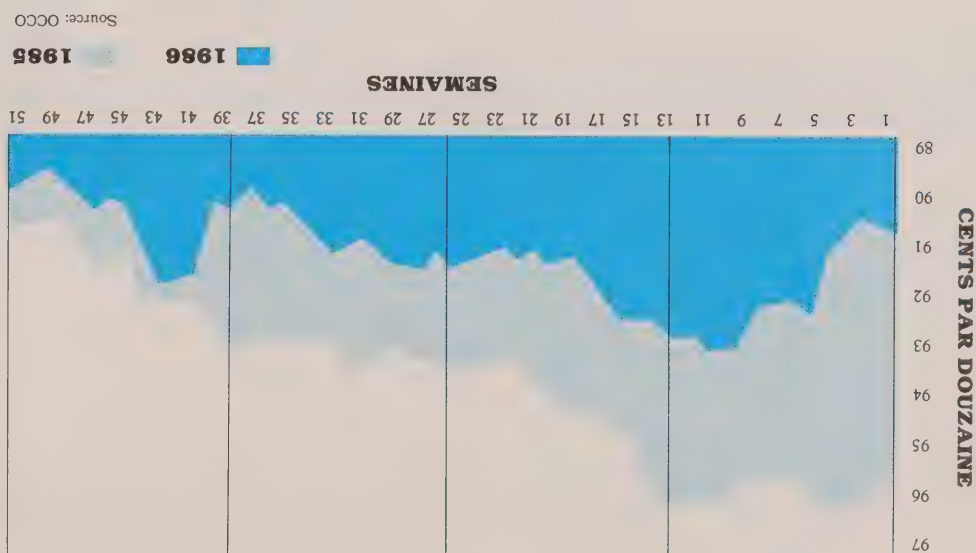
Source: OCCO

SEMAINE		1986		1985	
1	91,1	96,1	27	91,8	93,8
2	90,9	96,4	28	91,7	93,7
3	91,4	96,8	29	91,8	93,5
4	91,5	96,9	30	91,8	93,6
5	91,6	96,8	31	91,7	93,6
6	92,6	96,4	32	91,4	93,9
7	92,5	96,1	33	91,6	93,4
8	92,4	96,2	34	91,2	93,4
9	92,5	96,1	35	90,9	93,4
10	93,4	96,5	36	90,3	93,3
11	93,4	96,7	37	90,4	93,3
12	93,3	96,7	38	90,1	93,2
13	93,3	96,7	39	90,4	93,5
14	93,3	96,7	40	90,4	93,5
15	93,1	95,4	41	92,0	92,7
16	92,9	95,2	42	92,1	92,7
17	92,9	95,0	43	92,2	92,4
18	92,8	94,8	44	92,1	92,5
19	91,7	94,6	45	90,5	91,6
20	91,8	94,5	46	90,4	91,7
21	91,6	94,3	47	90,5	91,7
22	91,7	94,2	48	90,4	91,8
23	91,5	93,6	49	89,9	90,8
24	91,5	93,8	50	89,8	90,9
25	91,7	93,8	51	89,8	90,9
26	91,8	94,0	52	90,1	91,0

Source: Rapport sur les marchés avicoles Agriculture Canada

Source: Rapport sur les marchés avicoles Agriculture Canada

**PRIX MOYEN PONDERE AUX PRODUCTEURS — TOUTES CATEGORIES**  
(cents par douzaine)



Source: OCCO

**PRIX MOYEN PONDÉRÉ AUX PRODUCTEURS TOUTES CATÉGORIES**

# ÉVALUATION DU MOUVEMENT INTERPROVINCIAL (RAPPORT COMPOSITE)

Acheteurs	C.-B.	ALB	SASK	MAN	ONT	gc	N.B.	N.E.	I.-P.-É.	T.-N.	TERR.	EXPORT	VENTES TOTALES
Vendeurs													1986
ALB	51 709	5 601									73 599		130 909
SASK	129 198												129 198
MAN	97 496	688 963	106 696			273 265					2 647		1 169 067
ONT							1 394 671	12 800		567			1 408 038
gc						30 325		24 807		20			55 152
N.B.													—
N.E.						4 470		69 817		12 419			86 706
I.-P.-É.								3 678	660				4 338
T.-N.													—
TERR.	12												12
Acheteurs Totaux	149 217	818 161	112 297	—	308 060	1 394 671	111 102	660	—	13 006	76 246		2 983 420
1986													

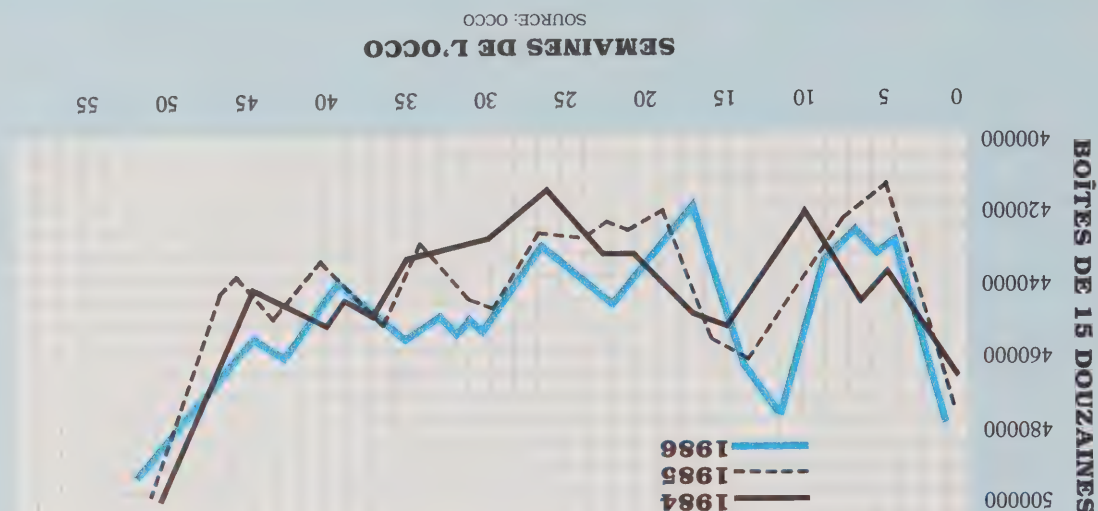
Les données sont en boîtes de 15 douzaines

Les données ci-dessus excluent l'exportation des oeufs de table de l'OCCO

Les données ci-dessus incluent les oeufs de table écoulés dans le cadre du programme d'écoulement des excédents de l'OCCO

SOURCE: OCCO

## ÉVALUATION DE LA CONSOMMATION AU CANADA





## ET INVESTISSEMENTS

[illegible]

MOIS	ONTARIO		QUÉBEC		NOUVEAU-BRUNSWICK		NOUVELLE-ÉCOSSE	
	ALLOC.	INVENT.	ALLOC.	INVENT.	ALLOC.	INVENT.	ALLOC.	INVENT.
Janvier	7 141 011	95.88	3 228 549	94.28	417 779	374 058	89.54	784 875
Février	7 082 385	95.09	3 110 993	96.36	398 717	392 341	95.44	795 198
Mars	7 072 026	94.95	3 052 796	94.56	370 072	360 072	88.59	802 484
Avril	7 025 193	94.32	3 040 320	94.17	360 636	352 341	96.62	761 968
Mai	7 050 922	94.67	3 048 210	94.42	392 341	382 341	93.92	766 822
Juin	7 012 957	94.16	3 082 732	95.49	380 491	370 491	91.08	797 152
Juillet	6 911 933	92.80	3 063 826	94.90	375 384	365 384	89.86	790 219
Août	7 148 027	95.97	3 108 833	96.30	359 144	349 144	85.97	811 556
Septembre	7 077 494	95.02	3 045 189	94.32	385 453	375 453	92.27	798 106
Octobre	7 029 068	94.37	3 093 878	95.83	394 380	384 380	94.40	796 802
Novembre	7 129 978	95.73	3 098 959	95.99	398 212	388 212	95.32	779 918
Décembre	7 221 554	96.95	3 064 098	94.91	402 647	392 647	96.38	802 706
MOYENNE +	7 074 813 94.98		3 049 752 94.46		388 617 93.02		794 960 93.24	

[illegible]

# EVALUATION DE LA CONSOMMATION

## EVALUATION DE LA CONSOMMATION AU CANADA

SEMAINE	CLASSEMENTS	IMPORTATIONS	VENTES DE L'OCCE	À L'EXPORT	TOTAL	COMBINÉ	CALES	EXPORT	MOY. MOBILE	DE 5 SEM.	PROD. DE	DISPARITION
1986	CAT. A											TABLE

(Les données sont en boîtes de 15 douzaines)

TOT-86	25 872 214	464 097	2 289 156	787 417	3 076 573	0	23 239 738	23 273 139
1	481 443	2 722	39 279	29 146	68 425	0	415 790	479 412
2	497 031	6 000	39 090	53 203	92 293	0	410 738	462 701
3	528 028	0	59 567	24 986	84 553	0	443 475	450 279
4	507 374	1 500	30 501	29 516	60 017	0	448 857	440 117
5	506 321	1 500	31 524	37 598	69 122	0	438 699	431 512
6	507 117	3 000	54 023	39 605	93 628	0	416 489	431 652
7	507 954	4 500	97 289	2 796	100 085	0	412 369	431 978
8	501 487	1 500	73 148	1 824	74 972	0	428 015	428 886
9	509 655	6 518	67 484	0	67 484	0	448 689	428 852
10	498 182	13 914	46 227	0	46 227	0	465 869	434 286
11	497 769	20 624	31 122	120	31 242	0	487 151	448 419
12	495 331	14 202	26 890	5 050	31 940	0	477 593	461 463
13	488 834	3 490	9 191	13 846	23 037	0	469 287	469 718
14	481 345	0	27 818	20 340	48 158	0	433 187	466 617
15	489 573	1 986	35 211	29 182	64 393	0	427 166	458 877
16	500 228	7 288	51 621	30 918	82 539	0	424 977	446 442
17	497 713	3 436	47 341	39 846	87 187	0	413 962	433 716
18	495 955	3 000	39 968	53 157	93 125	0	405 830	421 024
19	497 410	3 000	35 838	36 845	72 683	0	427 727	419 932
20	504 233	3 000	27 140	28 185	55 325	0	451 908	424 881
21	492 958	1 500	31 224	10 595	41 819	0	452 639	430 413
22	500 971	18 894	39 087	22 237	61 324	0	458 541	439 329
23	503 579	11 525	47 270	31 708	78 978	0	436 126	445 388
24	511 138	4 300	47 104	37 231	84 335	0	431 103	446 063
25	506 924	6 566	46 059	46 780	92 839	0	420 651	439 812
26	500 590	1 500	47 102	38 833	85 935	0	416 155	432 515
27	500 768	1 550	35 711	29 452	65 163	0	437 155	428 238
28	485 869	1 500	37 308	14 377	51 685	0	435 684	428 150
29	495 464	14 936	35 308	4 544	39 852	0	470 548	436 039
30	495 512	17 159	34 530	16 312	50 842	0	461 829	444 274
31	487 907	6 851	39 929	24 678	64 607	0	430 151	447 073
32	486 918	1 500	37 357	14 426	51 783	0	436 635	446 969
33	502 742	9 694	36 515	5 512	42 027	0	470 409	453 914
34	490 299	14 200	47 442	10 782	58 224	0	446 275	449 060
35	504 726	22 101	45 783	3 072	48 855	0	477 972	452 288
36	494 317	13 180	47 417	0	47 417	0	460 080	458 274
37	491 772	7 600	55 080	0	55 080	0	444 292	459 806
38	491 479	2 879	79 968	0	79 968	0	414 390	448 602
39	492 736	3 000	70 507	0	70 507	0	452 229	444 393
40	495 926	6 158	49 894	0	49 894	0	452 190	439 236
41	492 759	18 955	45 585	0	45 585	0	466 129	440 446
42	483 850	25 276	35 048	0	35 048	0	474 078	446 403
43	482 204	23 800	43 126	0	43 126	0	425 878	456 101
44	493 192	14 131	59 179	0	59 179	0	448 144	460 684
45	500 282	11 095	63 740	0	63 740	0	447 637	459 773
46	492 116	4 450	49 662	0	49 662	0	446 904	455 928
47	486 430	8 268	30 684	0	30 684	0	464 014	453 915
48	511 051	10 771	31 981	0	31 981	0	489 841	459 308
49	507 062	1 461	37 855	0	37 855	0	470 668	463 813
50	498 579	14 034	34 647	0	34 647	0	477 966	469 879
51	493 271	48 757	37 200	0	37 200	0	504 828	481 463
52	505 840	15 276	39 582	715	40 297	0	480 819	484 824



## COMITÉ SUR LA SITUATION AU DELÀ DE LA BASE

**Le comité sur la situation au delà de  
la base publie son rapport**

En 1986, le comité sur la situation au delà de la base présentait un rapport aux Signataires du plan national de commercialisation des oeufs lors d'une

réunion tenue en mai. Le rapport en question décrivait trois points qui, selon le comité, devaient retenir l'attention des Signataires. Suite à la réunion, le directeur général adressait aux offices provinciaux un sommaire des questions relatives à la situation au delà de la base. L'un des points abordés par le comité touchait la manutention des oeufs d'incubation. Toutefois, étant donné la création du nouvel Office des oeufs d'incubation de poulets à chair, il est probable que la situation soit très prochainement réglée.

En 1985, des modifications étaient apportées aux allocations provinciales, lorsque le CNCPF décidait que le système national de commercialisation des oeufs avait dépassé la base. Le CNCPF a alors accepté les données de Statistique Canada qui révélaient que la production nationale avait dépassé la base originale de 475 millions de douzaines d'oeufs par année, plutôt que les niveaux

avancés par l'OCCO.

Conformément à la loi fédérale et à l'Accord fédéral-provincial, lorsque la production dépasse la base originale, des parts supplémentaires doivent être émises aux provinces, répartition qui se fait selon des critères spécifiques.

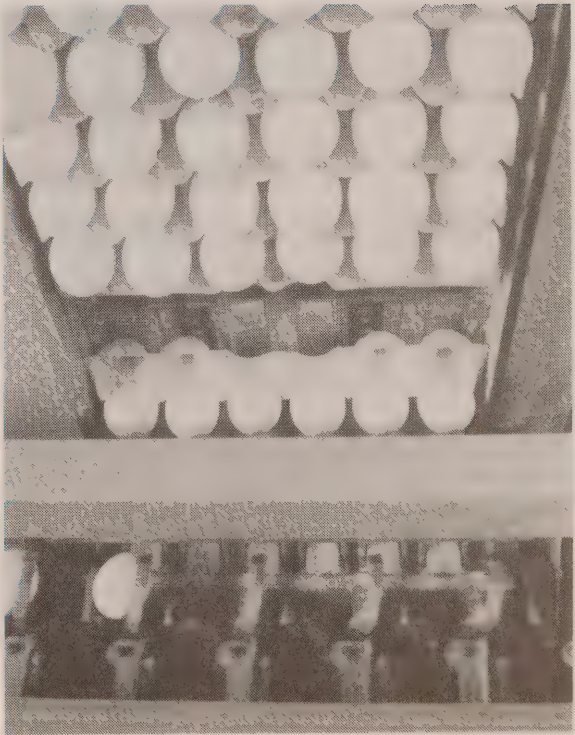
Le comité était formé en juin 1985, dans un effort pour résoudre le problème.

Le comité de six membres comprend trois représentants du CNCPF et trois administrateurs de l'OCCO.

Dans le cadre de son mandat, le comité doit clarifier les questions d'ordre juridique entourant les allocations de contingents à l'échelle provinciale, étudier les statistiques appropriées et faire des recommandations visant la résolution des problèmes. Il fut convenu entre les membres du comité qu'aucune autre mesure ne serait prise sur d'autres points, jusqu'à ce que les résultats du recensement de juin 1986 soient disponibles.

### Membres:

Ralph Barrie (Président)  
Maryon Brechin  
Eric Hammil  
Don Newcombe  
Bill Scott  
Floyd Van Slyke





sister à un souper gastronomique comptant cinq services et dont l'oeuf était l'ingrédient primaire. Une autre approche touchant l'industrie de la restauration fut le thème élaboré par notre personnel du marketing en vue des foires commerciales tenues chaque année. Pour assurer notre reconnaissance, nous avons décidé de faire appel à la haute technologie en présentant un produit qu'il est encore impossible de se procurer sur le marché. En effet, les démonstrations offertes à notre kiosque faisaient appel à un mélange d'oeufs déshydratés, à des piments et du jambon finement hachés, le tout donnant un merveilleux croissant en l'espace de quelques minutes.

Bien que toutes les provinces n'aient pas eu l'occasion d'utiliser les arrangements de l'OCCO, celles qui en ont eu la chance ont vite constaté qu'il s'agissait d'une véritable "merveille".

Un nouveau film éducatif à des fins d'utilisation dans les écoles d'art culinaire ainsi que par les chefs a été produit en 1986. L'Oeuf classique a été tourné à l'un des établissements d'art culinaire les plus réputés, soit le Collège George Brown de Toronto. Le film vante les techniques de préparation d'un certain nombre de recettes à base d'oeufs.

Le concours de recettes de l'OCCO à l'intention des étudiants en art culinaire et des apprentis cuisiniers, tenu en collaboration avec la Fédération canadienne des chefs de cuisine, a encore vu un grand gagnant de la Colombie-Britannique. Les deux autres gagnants venaient du Québec.

A l'aide de la publicité dans diverses revues commerciales, il fut encore possible d'offrir notre matériel destiné aux points de vente comme des recettes d'amusse-gueules, d'entrées et de desserts. Comme dans le cas de la publicité visant les consommateurs, l'OCCO effectue des études de marché en ce qui concerne les secteurs de l'hôtellerie et de la restauration afin d'assurer l'efficacité de ses programmes.

Dans l'ensemble, le comité est satisfait du travail accompli au cours de l'année, particulièrement à la lumière d'une augmentation de 1,6 pour cent dans la disparition du produit de table, la première augmentation de la sorte à se produire en trois ans.

**Membres:** Walter Dyck (Président)  
Don Hicks  
Raymond Laplante  
Brian Ellsworth

le suivi effectué au nom de l'Office par le cabinet Goldfarb a aidé à déterminer les messages les plus susceptibles de rehausser la consommation d'oeufs. Vers le début du deuxième semestre, l'OCCO ap- prenait que son film éducatif 16 mm, l'Oeuf extrar- dinaire, se classait au deuxième rang au U.S. Industrial Film Festival auquel 22 pays inscrivaient plus de 1 100 films.

Le film en question fait partie du programme éducatif de l'OCCO conçu tout particulièrement à l'intention des étudiants, accompagné d'un plan de cours pour les professeurs, d'affiches et d'aides divers à l'enseignement.

Tout juste avant Noël, un nouvel ouvrage pour les enfants était publié dans le cadre du programme visant les plus petits, "Quel drôle d'oeuf".

Bien que l'intérêt manifesté par les média vis-à-vis le cholestérol et les maladies du coeur, par- ticulièrement en ce qui touche l'influence du régime alimentaire dans les niveaux de cholestérol sérique, se soit amoindri, les sujets ne se sont pas entièrement dissipés.

Pareillement, l'OCCO continue de surveiller la situation par le biais d'une recherche permanente, profitant des ressources que met à sa disposition le Egg Nutrition Centre de Washington. L'une des brochures de cet établissement concernant le rôle des oeufs dans le régime alimentaire et intitulée "Nutrient Density And The Egg" a été modifiée à des fins d'utilisation canadienne et publiée au début de l'été.

Conformément à la loi fédérale actuelle, sa dis- tribution est limitée aux professionnels de la santé et d'autres secteurs. D'autres publications de l'or- ganisme américain pourraient être reproduites au besoin et lorsqu'une telle mesure sera permise par la loi.

Reconnaissant que les prochaines augmentations importantes de la demande pour les oeufs ne vien- dront probablement pas du marché de table, l'OCCO a investi dans un programme visant à créer de nouveaux usages pour les oeufs. Bien qu'aucun nou- veau programme n'ait vu le jour en 1986, des fonds supplémentaires ont été versés de sorte à assurer la prolongation des programmes existants et dont le succès semble éminent.

Afin de montrer à un certain groupe de cadres du secteur des services alimentaires canadiens jusqu'à quel point l'oeuf est un élément versatile, des soupers ont été organisés dans de grands centres urbains du pays. Les invitations ont été soig- neusement compilées et étudiées par les offices provinciaux concernés. Les participants ont pu as-

## COMITÉ DU MARKETING

**Baumann demeure le porte-parole de l'Office**

En 1986, le momentum du programme de marketing, acquis durant les années précédentes, s'est poursuivi à la fois aux niveaux des consommateurs et du secteur des services alimentaires. Le médaillé olympique, Alex Baumann, a encore porté le message de l'OCCO dans le cadre d'une campagne publicitaire multi-média.

Durant le premier trimestre, un concours à l'attention des consommateurs permettait à trois heureuses familles de quatre personnes de gagner un voyage à Madrid ou Baumann participait aux Championnats mondiaux de natation. Nous avons reçu des dizaines de milliers de formulaires d'inscription. L'achat de temps à la télévision dans le cadre du programme publicitaire de l'OCCO était modifié de sorte à inclure un petit message de cinq secondes couvrant les faits saillants du concours. Le tout était appuyé par des annonces publiées dans les journaux et diverses revues, ainsi que par des affiches et des formulaires d'inscription retrouvés dans les points de vente au détail.

Plusieurs offices provinciaux ont accepté l'offre de l'OCCO de partager les frais publicitaires d'être visant à compléter la campagne entre les messages télévisés du printemps et de l'automne. Le comité du marketing fut des plus heureux de constater cet esprit de collaboration entre le personnel du service de marketing de l'OCCO et celui des offices provinciaux.

Une grande partie du crédit est sans doute attribuable aux colloques mixtes sur le marketing qui ont lieu deux fois l'an auxquels moments il est possible de trouver les moyens de rehausser l'efficacité de ce travail d'équipe.

Un autre exemple de ce travail d'équipe fut le premier "mois des oeufs" au Canada dont le succès a fait appel aux efforts du personnel provincial qui a communiqué avec les bureaux chefs des grandes chaînes alimentaires pour faire approuver le matériel de promotion qui serait utilisé dans leurs magasins. Pour susciter l'appui de ces points de vente, il a fallu mettre l'accent et faire ressortir la valeur de deux denrées populaires, les oeufs et les légumes.

La recherche effectuée dans le secteur du marketing a continué de rassurer l'OCCO à savoir qu'il fallait concentrer nos efforts d'abord sur les enfants et ensuite, sur les mères de famille. Qui plus est,





### Contribution des producteurs et des transformateurs à une nouvelle redéance

En janvier de l'an dernier, le comité pour l'écoulement des excédents concluait une entente voulant que les producteurs d'œufs et les transformateurs appuyent conjointement la vente du produit national destiné au décoquillage.

Dès le début d'avril dernier, les producteurs ont versé une redéance d'un demi-cent la douzaine sur tous les œufs produits. Ce prélèvement provisoire sera réduit progressivement au cours des six prochaines années après quoi il sera entièrement éliminé.

Les transformateurs verseront une redéance d'un cent sur chaque douzaine d'œufs achetée auprès de la réserve d'excédents de l'OCCO. Cette contribution sera appelée à croître au cours des six prochaines années. Elle servira à couvrir la croissances anticipée du secteur de la transformation. Le Conseil d'administration de l'Office et le Conseil national de commercialisation des produits de ferme ratifieront ultérieurement la redéance.

Ce nouveau système de redéance progressive vient s'ajouter à la redéance nationale actuelle de 3,5 cents couvrant la transformation et déjà incluse dans le prix des œufs à la ferme établi par le biais de la formule des coûts de production.

Au printemps, le comité étudie d'autres mesures pour réduire les coûts associés au système d'écoulement des excédents de l'OCCO. Le comité a donc abordé la question des matériaux d'emballage, celle du classement et de l'expédition d'œufs non classés plutôt que classés aux transformateurs.

En septembre, le comité faisait l'objet d'un remaniement de sorte à mieux s'acquitter des questions relatives aux opérations.

Lors de sa première réunion en décembre, le comité restructuring traitait la question du produit non classé du Manitoba qui était expédié en Ontario de sorte à répondre aux besoins du marché de table dans cette province.

**Membres du premier comité:** Ted Wiens (Président), Don Newcombe, Bob Feldman, Bob Anderson

**Membres du second comité:** Don Newcombe (Président), Keith MacPherson, Bob Feldman, Bob Anderson, Ed Ferguson





## COMITÉ DU BUDGET

## Approbation de la révision du processus budgétaire

Le processus budgétaire, bien que fastidieux, a été simplifié considérablement comme résultat d'un colloque tenu à cette fin en avril. En effet, les administrateurs élaboraient des directives assurant un solde minimum de 1,5 million de dollars dans le fonds administratif à la fin de l'exercice de 1987. Les opérations de l'OCCO sont subventionnées par le biais d'une redevance administrative prélevée sur chaque douzaine d'œufs mise en marché au Canada. Les revenus provenant de cette redevance de 1,5 cents la douzaine n'ont pas augmenté depuis 1983. Le budget fut d'abord mis au point dans le but de répondre à des obligations statutaires avant que les priorités ne soient ensuite fixées quant aux autres programmes.

La direction de l'OCCO s'est penchée sur une préoccupation que manifestaient les administrateurs au sujet de l'approbation "en principe" du plan de marketing, avant même que le budget ne soit complet.

Les administrateurs acceptaient la proposition de la direction à savoir que le processus budgétaire soit donc révisé. En 1987, les administrateurs prendront connaissance du plan de marketing et du budget simultanément.

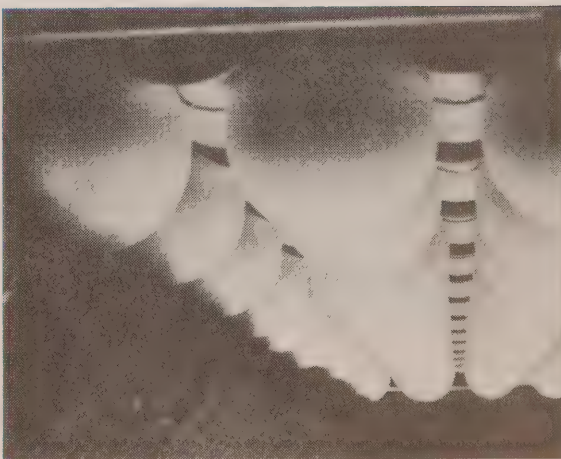
**Membres:** Scott Simmons (Président)  
Don Guenter  
Bill Schmitke

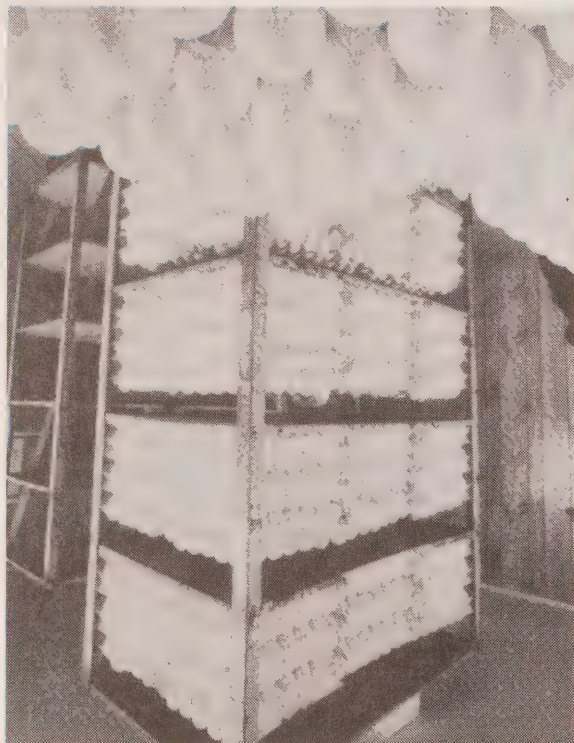
## COMITÉ DE LA VÉRIFICATION

## Le lien de 14 ans se poursuit

Lors de sa réunion du 9 décembre, le comité de la vérification autorisait la direction de l'OCCO à faire appel aux services du cabinet Touche Ross et Cie. Depuis son inception en 1973, l'Office a, chaque année, retenu les services de ce cabinet pour effectuer ses vérifications financières. Durant l'année, le comité a pris connaissance de quelques vérifications intermédiaires, recommandé certains changements à la présentation des données financières et révisé, à son goût, les systèmes de gestion financière de l'Office.

**Membres:** Raymond Laplante (Président)  
Floyd Van Slyke  
Don Newcombe





## COMITÉ CONSULTATIF Réunion du comité consultatif de l'OCCO

En 1986, chacun des membres du comité consultatif présentait un exposé sur une variété de sujets: la couleur du jaune, les oeufs à titre de réclames, même à perte, dans les magasins de détail, le mouvement des oeufs excédentaires, le commerce, le recours au produit national plutôt qu'aux importations américaines et la promotion en général. Le comité assume un rôle consultatif auprès de l'OCCO à tous les paliers de l'exploitation de l'Office ainsi qu'à tous les niveaux de politique touchant les intérêts des parties représentées. Conformément à l'Accord fédéral-provincial, le comité fut créé dans le but de représenter et de protéger les intérêts des producteurs, des transformateurs et des consommateurs.

**Membres:** Linda Boxall (Présidente)  
R.E. Martin  
Craig Hunter  
Bernie McKinley  
Marilyn Lister  
Allan Mattison  
Tony Greaves  
Walter Metzger  
Bob Anderson  
Jake Siemens  
Robert Swain



## COMITÉ DU COUT DE PRODUCTION

Un sondage sur les CDP aura lieu cette année. Le comité du coût de production s'est réuni à sept reprises depuis la présentation du dernier rapport annuel. La plupart des réunions ont porté sur les détails propres au prochain sondage sur les coûts de production (CDP). Le sondage en question recueillera les données propres aux coûts des producteurs d'œufs réglementés en 1986. Il se déroulera au cours des mois de mars et avril.

Le cabinet d'experts-conseils choisi pour effectuer le travail est celui de Peat, Marwick, Mitchell et Cie. Il sera responsable de la conception du sondage, des entrevues à la ferme et de l'analyse et de la compilation des résultats.

Peat Marwick travaillera en étroite collaboration avec le comité du CDP de l'OCCO qui, au nom de l'industrie, agira à titre consultatif en matière de conception, de déroulement et d'analyse du sondage. Le comité conseil également le Conseil d'administration de l'OCCO sur les questions de politique relatives aux données requises et enfin, sur leur utilisation.

Au besoin, l'OCCO consulte le Conseil national de commercialisation des produits de ferme (CNCPF). Un représentant de cet organisme assiste aux réunions du comité et participe activement à ses débats. Toutefois, le représentant n'a aucun droit de vote au sein du comité. Le CNCPF rencontre également l'OCCO ou le comité du CDP de ce dernier afin d'assurer l'acceptabilité mutuelle de la méthodologie envisagée pour le sondage.

Le dernier sondage s'est déroulé en 1984. À ce moment, les experts-conseils concentraient leurs efforts sur un échantillon de producteurs dont les troupeaux variaient entre 10 000 et 50 000 têtes. Le sondage de 1986 utilisera un échantillonnage de producteurs ayant des troupeaux de 8 000 à 50 000 poules. Ces nombres sont plus représentatifs de l'ensemble de l'industrie. Un échantillon est tiré de chaque province de sorte que les données reflètent le plus fidèlement possible les coûts provinciaux. Le questionnaire utilisé a été abrégé. Seules les questions requises aux fins du CDP y ont été incorporées. Cette nouvelle mesure fait partie d'une stratégie pensée par le comité du CDP dans le but d'améliorer la participation des producteurs aux entrevues. Le point de mire principal du sondage de 1986 vise la participation.

Dans le passé, les taux de participation se sont révélés plutôt pauvres, soulevant certaines préoccupations quant aux résultats obtenus.

Les données que fournissent les producteurs sont évaluées selon la taille de l'entreprise et en suivant une méthode convenant à chaque composante-coût de sorte à produire un coût moyen par douzaine pour chacune des provinces. Le coût de production

national est ensuite obtenu en pondérant les coûts provinciaux par douzaine selon les parts du marché. Les données nationales obtenues dans le cadre du sondage servent ensuite de base à la détermination du prix d'une douzaine d'œufs à la ferme. Dans le cas des poulettes, de la moulée et de la main-d'œuvre, les principales composantes du CDP, la mise à jour périodique entre les sondages implique l'application de certains facteurs de productivité, tirés du sondage, aux coûts réels et actuels des intrants à l'échelle provinciale.

Les données nationales pondérées et ajustées sur les coûts sont alors produites. Dans le cas des frais généraux, les données nationales sont ajustées à l'aide des indices nationaux les plus appropriés quant aux prix des intrants.

En ce qui a trait au rendement par rapport aux investissements, un taux convenu est dérivé en consultation avec le CNCPF. Il est ensuite appliqué à la base de capitaux, tirée du sondage. Cette base est périodiquement ajustée entre les sondages à l'aide de certains indices qui reflètent les changements dans les coûts en capitaux.

Les gages versés pour la main-d'œuvre extérieure sont déterminés dans le cadre du sondage. On tient également compte des heures travaillées pour toutes les catégories de main-d'œuvre. Les gages versés aux membres de la famille ne sont pas inclus étant donné que leur fiabilité et leur pertinence risquent de se révéler douteuses.

Les taux utilisés dans le cadre de la formule des CDP, appliqués à toutes les heures de main-d'œuvre déterminées dans le cadre du sondage, sont fonction d'une entente convenue avec le CNCPF. Ils couvrent les gages de la main-d'œuvre de gestion, spécialisée, et générale.

Il est entendu que lorsqu'on utilise les données du CDP à des fins d'établissement des prix, certaines questions conceptuelles et politiques surgissent et ne peuvent être entièrement dissipées en se référant uniquement aux données obtenues dans le cadre du sondage.

Le présent rapport ne peut traiter de façon détaillée ces questions. Toutefois, elles sont d'une grande importance et incluent des points tels que l'établissement des prix à l'échelle provinciale, les taux appropriés de rendement par rapport à la main-d'œuvre et aux capitaux ainsi que le niveau de fiabilité statistique visé et requis.

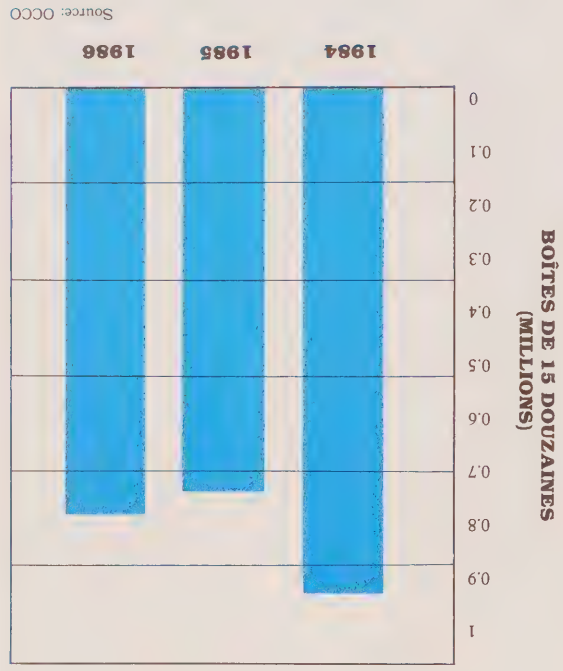
Ces questions font l'objet d'une étude et de discussions permanentes au sein du comité.

## Membres:

David Kirk (Président)  
Bill Scott (Vice-président)  
Bert Haneveld  
Fred Krahn  
Clément Pouliot  
Bill Schmitke



EXPORTATIONS  
(1984, 1985, 1986)



Source: OCCO

**Haussse des exportations pour la première fois en deux ans**

L'an dernier, les achats nationaux de produit destiné au décoquillage ont baissé par rapport au niveau inhabituellement élevé de 1985, obligeant l'OCCO à se tourner vers son programme d'exportation.

En 1986, les exportations ont augmenté de 8,7 pour cent passant à 786 702 boîtes comparativement à 723 813 boîtes en 1985.

Toujours en 1986, les décoquilleurs à l'échelle nationale ont utilisé 5,7 pour cent moins d'oeufs qu'en 1985.

Les frais associés à l'exportation des oeufs excédentaires ne sont pas reflétés dans les prix de détail et par conséquent, les consommateurs ne sont pas tenus d'entretenir le programme d'exportation de l'OCCO.

Ces frais sont en effet assumés par les producteurs d'oeufs du Canada.

Tout au cours de l'année, la demande pour les oeufs au Canada est assujettie à maintes fluctuations. C'est à Noël et dans le temps de Pâques qu'elle est à son apogée. Durant l'été, la consommation est à son plus bas niveau.

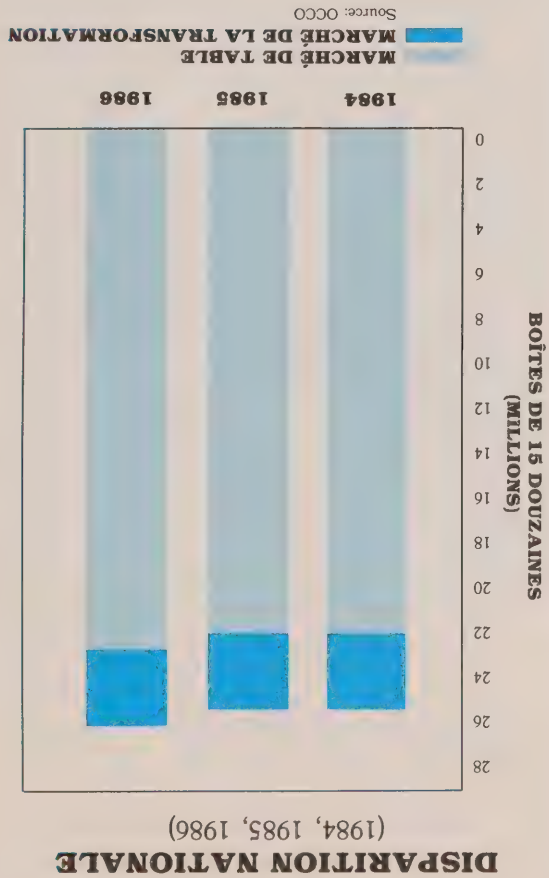
Il devient donc très difficile d'éliminer les excédents si l'OCCO doit promettre aux consommateurs qu'ils auront, pratiquement toute l'année, un approvisionnement suffisant en oeufs canadiens.

### L'augmentation de la demande du produit de table est encourageante

L'an dernier, la demande pour le produit de table augmentait tout juste au-delà de 1,6 pour cent pour atteindre les 23,2 millions de boîtes de 15 douzaines, comparativement aux 22,8 millions de boîtes en 1985.

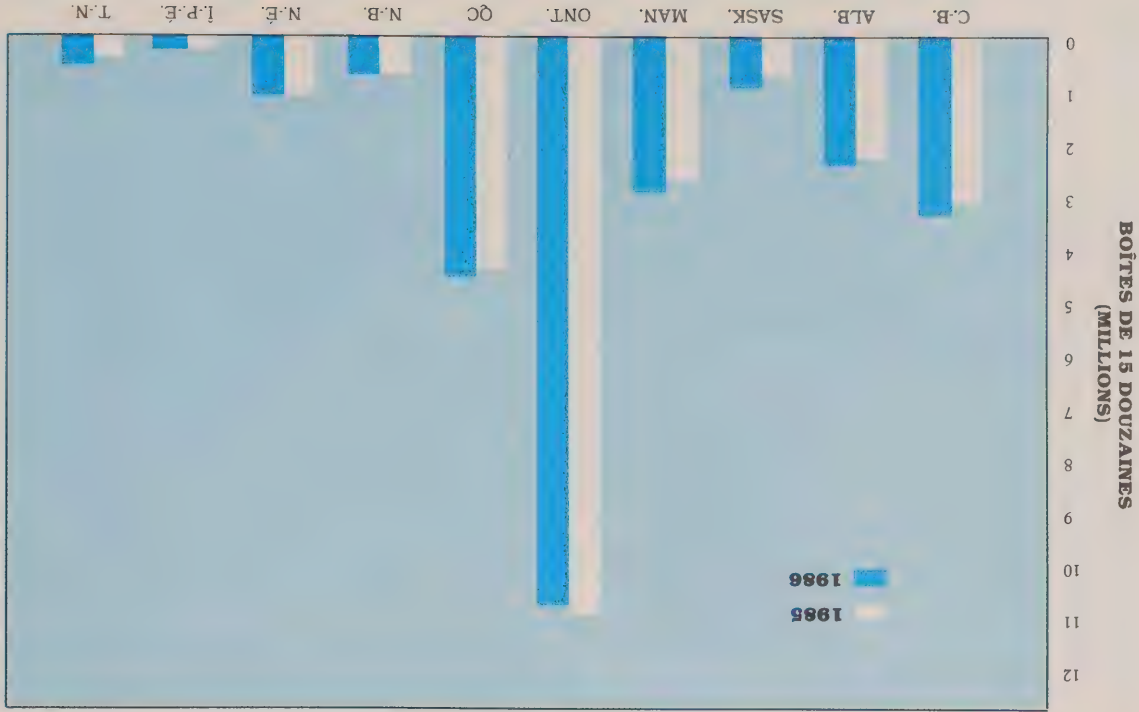
Cependant, l'industrie de la transformation, qui a fait grimper le marché canadien en flèche en 1984 et en 1985, a fini par montrer des signes de ralentissement.

L'année dernière, les ventes aux détaillants baissaient de 5,7 pour cent. En 1986, 2,3 millions de boîtes étaient vendues comparativement à 2,4 millions en 1985.



### CLASSEMENTS PROVINCIAUX

(1985 VS 1986)



## Les approvisionnements accusent une légère hausse

En 1986, la production augmentait légèrement, reflétant une utilisation accrue du contingent et une amélioration de l'efficacité.

Les classements du produit de catégorie A ont augmenté de 9 pour cent pour atteindre les 25,9 millions de boîtes de 15 douzaines l'an dernier, comparativement au niveau de 25,6 millions de boîtes en 1985.

Cette croissance de la production suit une baisse qui a prévalu en 1985, baisse attribuable à une coupure de cinq pour cent du contingent en 1984. D'autre part, le contingent est demeuré le même en 1985 et en 1986.

L'an dernier, l'augmentation globale de la production d'œufs provenait largement de la hausse accusée en Ontario et au Québec.

C'est l'Ontario qui a mené le bal dans le domaine de la production d'œufs au Canada avec ses 11 millions de boîtes, une augmentation de près de 500 000 boîtes par rapport à 1985. Le Québec suivait ensuite avec 4,5 millions de boîtes comparativement à 4,2 millions de boîtes l'année précédente.

Un peu plus de 13 millions de boîtes de tous les œufs produits au Canada en 1986 appartenaient à la catégorie A-Gros, soit 50,7 pour cent de la production totale.

La production d'œufs X-Gros s'élevait à 5,1 millions de boîtes ou à 18,8 pour cent de l'ensemble de la production. Près de six millions de boîtes d'œufs moyens étaient produites, soit 21,9 pour cent des classements totaux du produit de catégorie A. Pour leur part, les œufs petits prenaient une part de 4,4 pour cent de tous les classements (1,2 million de boîtes).

L'an dernier, nous avons aussi produit 1,3 million de boîtes d'œufs peewees et de produit appartenant aux catégories B et C.

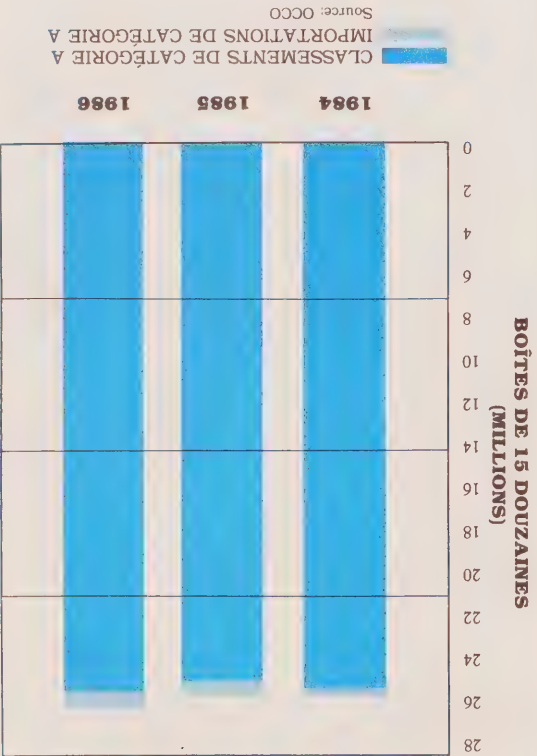
Les importations augmentaient de 13,1 pour cent, passant de 410 284 boîtes en 1985 à 464 097 boîtes en 1986. C'est la troisième année consécutive qu'il se produit une hausse dans les importations.

L'année dernière, le troupeau national de poules passait à 18,52 millions de têtes par rapport à 18,44 millions en 1985.

Le troupeau réglementé moyen comptait 10 748 poules en 1986, comparativement à 10 535 en 1985.

Enfin, en 1986, l'on comptait 1 814 producteurs d'œufs réglementés, soit 34 pour cent de moins que l'année précédente.

## APPROVISIONNEMENTS DE PRODUIT DE CATÉGORIE A (1984, 1985, 1986)



Source: OCCO  
CLASSEMENTS DE CATÉGORIE A  
IMPORTATIONS DE CATÉGORIE A

## SOURCE D'APPROVISIONNEMENT BOÎTES DE 15 DOUZAINES

IMPORTATIONS (1,8%)  
464 097 BOÎTES  
• PRODUCTION  
NATIONALE (98,2%)  
25 872 250 BOÎTES  
• TOTAL 100%  
26 336 347 BOÎTES

Source: OCCO

## PLACEMENTS DE POULETTES - en milliers -

1985	1986	Changement en %
2 915	2 800	- 3,9
2 447	2 375	- 2,9
1 071	1 035	- 3,4
2 975	2 958	- 0,6
8 965	9 370	+ 4,5
3 151	3 148	- 0,1
1 949	2 083	+ 6,9
23 473	23 769	+ 1,3
TOTAL		

- À l'exclusion de l'effet attribuable au mouvement interprovincial et à l'importation des poulettes d'élevage  
\* Données préliminaires  
Source: Rapport sur les marchés avicoles Agriculture Canada



## Baisse du prix des oeufs en 1986

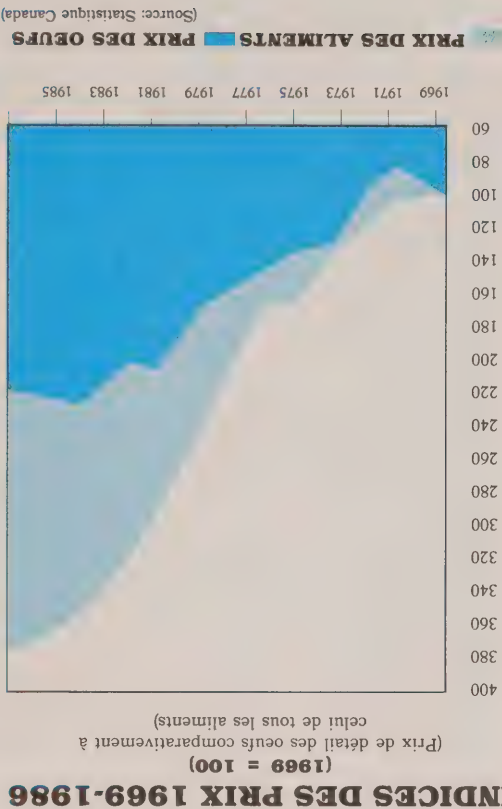
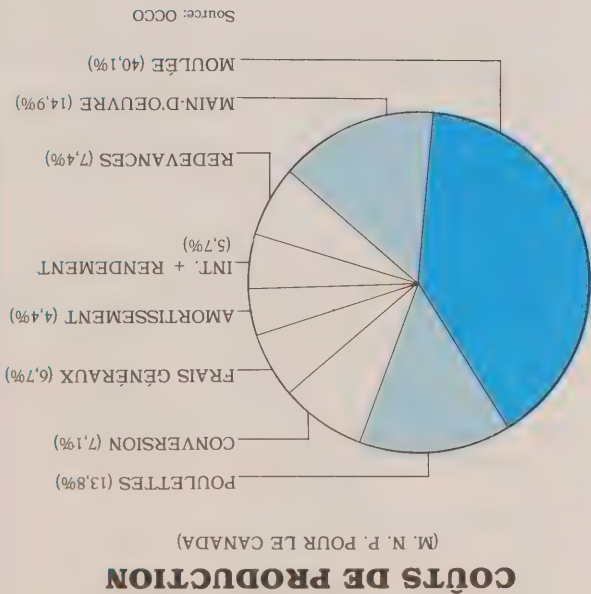
Les coûts plus bas de la moule, la plus importante composante des coûts de production d'oeufs, était largement responsable de ce déclin des prix. Au début de 1986, un producteur ontarien payait 37,05 cents la moule requise pour produire une douzaine de gros oeufs. En décembre, ce même producteur ne payait que 34,09 cents la moule nécessaire à la production d'une douzaine d'oeufs. Les coûts associés à la main-d'oeuvre accusaient une légère hausse, alors que ceux des poulettes étaient à la baisse au Nouveau-Brunswick, en Colombie-Britannique, en Saskatchewan et à l'Île-du-Prince-Édouard. Dans les autres provinces, le prix des mandats de l'OCCO est d'assurer que les producteurs d'oeufs récupèrent leurs coûts de production en plus de toucher un revenu raisonnable.

À cette fin, l'OCCO a réglé le mécanisme d'établissement des prix de sa formule des coûts de production au deuxième semestre de 1986, causant une fluctuation dans les prix.

En octobre, le nouveau mécanisme d'établissement des prix engendrait une hausse de jusqu'à trois cents la douzaine. Toutefois, en décembre, la formule était réglée de nouveau, et ce fut la dégringolade des prix.

C'est au début de chaque mois que l'OCCO fixe le prix des oeufs de catégorie A-Gros, à l'aide d'une formule d'établissement des coûts de production. Avant leur publication, les prix sont d'abord soumis au Conseil national de commercialisation des produits de ferme.

Tout au cours de 1986, les transformateurs ont payé des prix plus élevés pour leurs oeufs. En Ontario, le prix des gros oeufs commençait l'année à 70 cents en janvier, atteignant un sommet de 85 cents en mars et en novembre avant de retomber à 79 cents durant la dernière semaine de décembre.



Tout au cours de l'année, on s'est efforcé d'expédier les oeufs du Manitoba vers l'Est. Près du double du volume de 1985 fut expédié du Manitoba à destination des marchés de table de l'Est.

Malgré tout, les importations augmentaient en 1986. En septembre, après avoir épuisé toutes ses ressources dans le cadre de son programme d'économies des excédents, l'OCCO acceptait d'offrir un programme d'aide au fret pour déplacer le produit de l'acheteur au vendeur lorsque le système d'établissement des prix ne permettait pas le mouvement naturel du produit.

Après de fastidieuses négociations en automne 1986, un classéur de l'Ontario entreprenait un programme visant à faire venir du produit non classé du Manitoba, commençant l'avant dernière semaine de l'année.

Ce projet a donc donné lieu à une lutte impliquant plusieurs services du gouvernement fédéral, un gouvernement provincial et deux régions.

L'OCCO est toujours désireux de donner à ce nouveau programme l'occasion de faire ses preuves, c'est-à-dire de répondre à la demande canadienne avec du produit canadien, réduisant ainsi le recours aux importations.

Un autre point d'importance pour tous les sec-teurs de l'industrie de la production d'oeufs est celui du libre-échange.

Une entente de libre-échange avec les États-Unis signifierait qu'un producteur d'oeufs sur quatre de-meurerait en affaires.

L'économie canadienne perdrait environ 124 mil-lions de dollars et plus de 3 000 emplois seraient appelés à disparaître si les contrôles frontaliers étaient levés dans le cas des oeufs et les produits à base d'oeufs.

Environ 92 postes de classement feraient leurs portes et sept à huit meuneries deviendraient inutiles.

Puisque les producteurs d'oeufs du Canada sont déjà plus efficaces que leurs contreparties améri- caines, il n'est pas raisonnable de s'attendre à ce que les Canadiens livrent concurrence simplement en rehaussant leur efficacité.

Le Canada ne pourrait pas égarer les avantages- coûts dont bénéficient les producteurs d'oeufs américains.

Les frontalières étant entièrement ouvertes, 25 pour cent de la production canadienne serait per- due et la taille des troupeaux serait appelée à croître pour atteindre entre 80 000 et 100 000 têtes. Les provinces de l'Atlantique perdraient toute leur production d'oeufs et la plupart des produc- teurs restants s'établiraient en Ontario ou dans les Prairies ou la moule est moins dispendieuse.

À la lumière de ces données alarmantes, l'OCCO a demandé et continue de demander aux politiciens fédéraux de lui assurer que la gestion des approvi- sionnements ne servira pas d'outil de négociation dans le cadre des pourparlers.

affaire. L'Office s'est opposé à la tenue d'un tel colloque puisqu'il excluait les offices provinciaux de com- mercialisation des oeufs, les gouvernements provin- ciaux et le Conseil canadien des producteurs d'oeufs.

Vers la fin du mois de décembre, John Wise, ministre de l'Agriculture, formait un comité de quatre membres devant participer audit colloque. Le comité en question devait faire rapport direc- tement au Ministre, lui faisant part de ses observa- tions et de ses recommandations. M. Wise déterminera l'avenir de la redevance des consom- mateurs et par conséquent, le niveau d'excédents qui pourra être subventionné dans le cadre de la formule des CDP. La chose devrait être réglée en juin 1987.

Considérons ceci: si M. Wise rejette la redevance des consommateurs, qui assumera les pertes en- courues sur les ventes aux transformateurs canadiens?

Si l'OCCO ne peut réussir à convaincre les trans- formateurs - qui doivent livrer concurrence sur le marché mondial - de payer un prix plus élevé et si les producteurs refusent d'absorber les coûts en question, la seule solution sera donc de ne pas produire les oeufs concernés. Une importante cou- pure du contingent serait inévitable.

Un autre point d'actualité en rapport aux prix est celui du mouvement interprovincial des oeufs.

Ce commerce entre les provinces remonte à il y a très longtemps, bien avant la venue de l'OCCO. En effet, durant les cinq années précédant la for- mation de l'Office, les oeufs du Manitoba étaient vendus sur les marchés du Québec et de l'Ontario.

C'est l'une des raisons pour lesquelles le Manitoba a reçu une part relativement importante du marché au moment où le système national de commerciali- sation était créé.

Toutefois, le système central d'établissement des prix, créé en 1976, a rendu quasi impossible le mouvement des oeufs du Manitoba à destination de l'Est.

À ce moment, cela importait peu. La population se déplaçait vers l'Ouest, il n'était pas nécessaire d'expédier les oeufs vers l'Est.

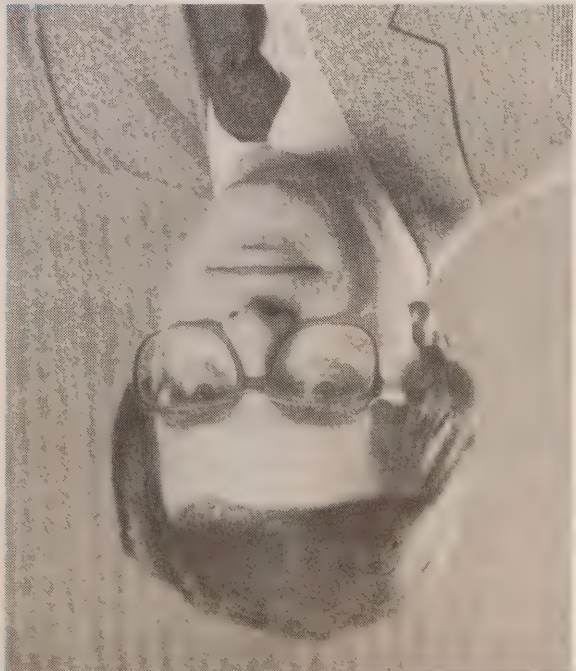
Toutefois, en 1985, la situation commençait à changer. L'Ontario et le Québec avaient de plus en plus besoin de produit alors que tel n'était pas le cas dans l'Ouest.

Comme résultat, avant la fête de Pâques en 1985, l'Office offrait un montant de deux cents aux classés-commerçants du Manitoba pour susciter les ventes sur le marché de table de l'Ontario.

Cette forme d'encouragement a donc permis à l'OCCO de répondre à certains besoins dans l'Est, augmentant les importations provenant des États- Unis pour combler la différence.

Au tout début de 1986, la situation s'est empirée avec le nombre croissant de réclamations au détail.





GIB SHOULDS - Directeur général

En 1986, l'Office canadien de commercialisation des oeufs s'est penché sur deux questions d'importance - celle de l'établissement des prix et celle de l'initiative du gouvernement fédéral en rapport au libre-échange. Tout compte fait, il est fort probable que ces points continueront de dominer nos discussions de politique et nos projets de l'année à venir.

Depuis son inception en 1972, l'Office vise l'établissement d'un système de prix qui soit équitable. De fait, il s'agit là de l'objectif de toutes les parties au plan national de commercialisation des oeufs. Lorsque les Signataires du plan de commercialisation des oeufs se réunissaient en mai dernier à Vancouver, ils nous confiaient un mandat bien clair: "de concert avec le CNCPP, arranger le système actuel (d'établissement des prix)."

"L'insuffisance absolue" que l'on proposait était, en fait, une mesure menant à l'établissement des prix à l'échelle provinciale. Elle contribuait à augmenter le prix dans les provinces ou les producteurs ne récupéraient pas leurs pleins coûts de production et ce, sans affecter les prix dans les autres provinces. Du même coup, la proposition réduisait les écarts de prix entre les provinces, particulièrement dans l'Ouest canadien, de sorte qu'il ne soit plus profitable d'expédier les oeufs inutilement.

Il était reconnu que ce programme augmenterait le prix moyen des oeufs versé aux producteurs, ou en d'autres termes, augmenterait le "soi-disant

paiement en trop" aux producteurs. Compte tenu des préoccupations du Conseil national de commercialisation des produits de ferme, une mesure de temporarisation était incluse de sorte à réitérer le fait qu'il ne s'agissait que d'une solution à courte échéance. L'OCCO prévoyait effectivement rem- placer "l'insuffisance absolue" par une solution permanente à plus longue échéance.

Cependant, la nouvelle méthode restait en place que pour un mois, celui d'octobre. À ce moment, le CNCPP demandait que le mécanisme d'établissement des prix soit ajusté à la baisse. L'OCCO était d'avis que s'il se conformait à la demande du CNCPP, les écarts de prix entre les provinces, surtout dans l'Ouest canadien, seraient pratiquement appelés à disparaître.

L'Office aurait donc été responsable d'assurer le mouvement interprovincial. Du même coup, les producteurs de toutes les provinces n'auraient pas nécessairement récupéré leurs pleins coûts de production (CDP) dans le prix touché à la ferme. Compte tenu de ces facteurs, l'OCCO a donc été obligé de revenir à la méthode qu'il utilisait pour établir les prix avant le mois d'octobre. L'Office travaille encore à l'élaboration d'un mécanisme d'établissement des prix qui soit acceptable au CNCPP, ainsi qu'à toutes les parties au plan national de commercialisation des oeufs en plus de résoudre les problèmes d'équité et ceux qui touchent le mouvement du produit.

Une autre question relative aux prix et à laquelle s'est heurté l'Office l'an dernier, fut celle de la redévance des consommateurs incluse dans la formule des CDP et qui sert à défrayer les ventes d'oeufs excédentaires au secteur de la transformation à l'échelle nationale.

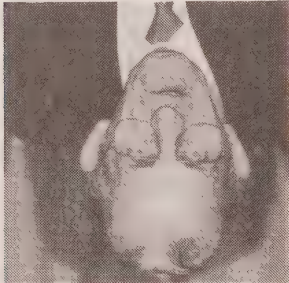
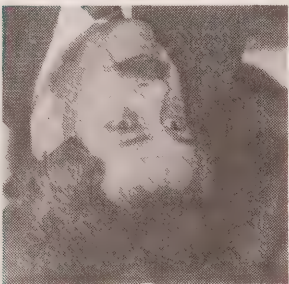
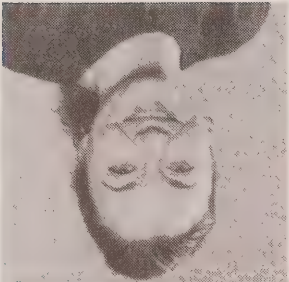
Au début de 1986, l'OCCO s'entendait avec les transformateurs canadiens concernant le parrainage des ventes d'excédents à l'échelle nationale. À ce jour, le programme s'est révélé profitable pour toutes les parties en cause. Toutefois, ce programme et, en fait, l'ensemble du programme d'écoulement des excédents de l'OCCO, est en danger.

Depuis nombre d'années, certains représentants du CNCPP, appuyés par l'Association des consommateurs du Canada (ACC), se sont opposés au fait que les consommateurs d'oeufs en coquilles "subventionnent" les ventes aux transformateurs à l'échelle nationale.

En 1986, l'ACC a logé une plainte formelle auprès du CNCPP. Elle suggérait que la formule des CDP ne compte aucune redévance des consommateurs et que les prix aux transformateurs soient accrus ou encore, que les frais connexes soient absorbés par les producteurs.

En réponse à cette plainte, le CNCPP décidait d'organiser un colloque au cours duquel les parties en cause auraient l'occasion de défendre leur position avant qu'il ne prenne une décision dans cette



DON GUNTER  
SaskatchewanDON NEWCOMBE  
Nouvelle-ÉcosseBILL SCOTT  
OntarioWALTER DYCK  
Colombie-BritanniqueHELEN TYMOCZKO  
Directrice-en-province

transformation.

Dans un premier temps, les consommateurs versent une redevance de 3,5 cents pour appuyer le prix que payent les transformateurs canadiens pour le produit acheté à même le programme d'écoulement des excédents de l'OCCO.

En second lieu, il y a la redevance des producteurs et des transformateurs. Elle est conjointement assumée par les producteurs et les transformateurs. Le demi-cent versé par les producteurs baissera progressivement et régulièrement au cours des six prochaines années après quoi ce montant sera complètement éliminé.

Les transformateurs sont tenus de contribuer un cent la douzaine sur tous les oeufs qu'ils achètent. Cette redevance d'un cent des transformateurs, plus le demi-cent des producteurs, doit servir à couvrir les coûts sinon, les décoquilleurs canadiens devront assumer la différence.

## LES ADMINISTRATEURS SE PENCHENT SUR LE PROBLÈME DES PRIX

Suite à la réunion que tenaient les Signataires en mai, l'OCCO recevait une directive visant la résolution du problème de l'établissement des prix. Dans certaines provinces, les producteurs ne récupèrent pas leurs coûts alors que d'autres touchent de très bons rendements.

En juillet, les administrateurs de l'OCCO approuvaient une solution à courte échéance qui fut appliquée en octobre. Toutefois, étant donné que le Conseil national de commercialisation des produits de ferme jugeait que les prix étaient gonflés, on proposait d'ajuster le mécanisme à la baisse. Puisque l'OCCO n'était pas d'accord avec cette proposition, l'Office revenait à son ancien mécanisme d'établissement des prix, soit celui qui prévalait avant le mois d'octobre.

En septembre, les administrateurs de l'Office décidaient de ne pas modifier les redevances en 1987.

Le total des redevances sur une douzaine d'oeufs mise en marché au Canada sera donc de neuf cents.

## LE MINISTRE DE L'AGRICULTURE NOMME UN DIRECTEUR-EN-PROVINCE

En décembre, John Wise, ministre de l'Agriculture, nommait Helen Tymoczko comme directrice-en-province de l'OCCO.

Pratiquant le droit à Edmonton, Tymoczko assume un poste libre depuis déjà deux ans.

Elle siégera donc au Conseil d'administration y représentant l'intérêt public.

La nomination, qui entrera en vigueur le 2 décembre, est d'une durée de deux ans.



BILL SCHMITKE  
Manitoba



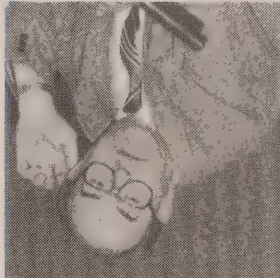
RAYMOND LAPLANTE  
Québec



FLOYD VAN SLIKE  
Alberta



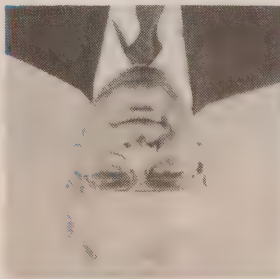
BERT HANEVELD  
Île-du-Prince-Édouard



DON HICKS  
Nouveau-Brunswick



SCOTT SIMMONS  
Terre-Neuve



## LES NÉGOCIATIONS COMMERCIALES AVANT TOUT

Bien que plusieurs sujets aient préoccupé l'industrie canadienne de la production d'œufs. La recherche démontre que l'économie canadienne perdrait près de 124 millions de dollars et un peu plus de 3 000 emplois suite à une entente de libre-échange pour les œufs, entente découlant des pourparlers bilatéraux ou multilatéraux. L'OCCO continue de travailler au maintien du système actuel de gestion des approvisionnement et les politiciens fédéraux sont bien conscients des préoccupations de notre industrie.

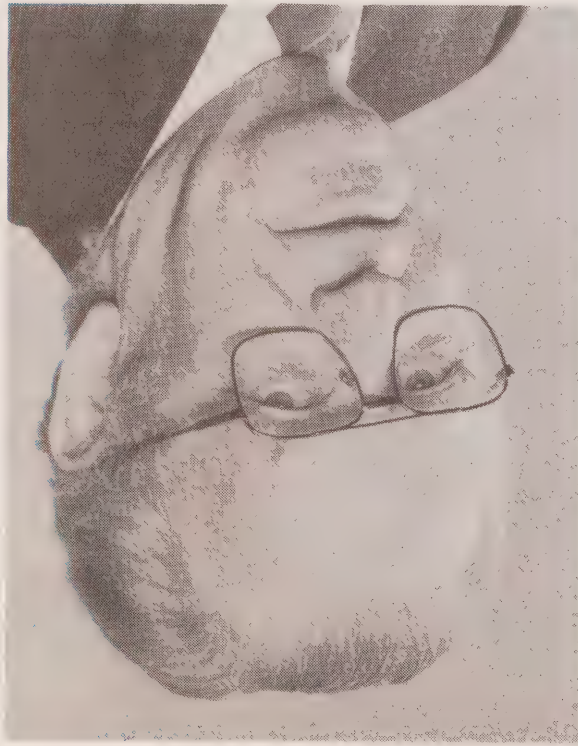
## LES PRODUCTEURS D'ŒUFS À L'AIDE DES PLUS DÉMUNIS

Les producteurs d'œufs du Canada continuent à combattre le problème de la faim à la fois au pays et à l'étranger. Pour la cinquième année consécutive, ils ont fait don d'une quantité considérable d'œufs à des organismes nationaux et internationaux dont le rôle est de venir en aide à ceux qui souffrent de la faim. Un groupe de 60 producteurs de l'Ontario ont en effet donné une valeur de 17 000\$ d'œufs en poudre pour aider à alléger les problèmes de la faim en Éthiopie.

D'autre part, l'Armée du Salut a reçu plus de 60 000 douzaines d'œufs qui seront réparties entre ses nombreux réfugiés à l'échelle du pays.

## LES ADMINISTRATEURS COUPENT LA REDEVANCE DES PRODUCTEURS

À la réunion que tenait le Conseil d'administration en mars, les administrateurs approuvaient une réduction de la redevance que versent les producteurs dans le but de défrayer le programme d'écoulement des œufs excédant les besoins du marché national. D'abord de trois cents, la redevance est maintenant de deux cents sur chaque douzaine d'œufs mise en marché. On a décidé de réduire la redevance étant donné la baisse des exportations au début de 1986. Dans le passé, cette redevance des producteurs couvrait uniquement les ventes à l'exportation. Cependant, un demi-cent du reste de la redevance était destiné à couvrir les ventes aux transformateurs canadiens dans le cadre d'un système progressif de redevance conçu pour stimuler la croissance du secteur de la



STAN STEEN - Président

me étant l'une des plus viables et efficaces à

l'échelle mondiale.

Cette année, l'OCCO célèbre son 15<sup>e</sup> anniver-

saire. Ce que nous avons réussi à accomplir dur-

ant cette période fut de structurer un organisme

efficace et hautement productif.

Toutefois, nous ne prévoyons pas nous limiter

aux succès antérieurs.

Sous la direction dynamique de notre nouveau

directeur général, Gib Shouldice, l'Office con-

tinuera d'oeuvrer avec acharnement au nom de tous

les producteurs d'oeufs du Canada.

Sincèrement,

Stan Steen  
Président

La meilleure façon de décrire l'année qui vient de s'écouler est de dire qu'elle en fut une de consolidation, une année au cours de laquelle l'Office canadien de commercialisation des oeufs s'efforçait de rehausser les rapports avec les secteurs qui se veulent si importants pour les producteurs d'oeufs. L'Office a commencé par un auto-examen, améliorant avec succès ses transactions avec l'industrie de la transformation d'oeufs. Nous reconnaissons l'importance du rôle des transformateurs, particulièrement en ce qui touche nos efforts visant à accroître la production tout en surveillant de près les excédents.

L'an dernier plus que jamais, l'OCCO a travaillé

étroitement avec le gouvernement fédéral à la lu-

mière des répercussions que pourrait avoir un ac-

cord commercial sur les producteurs d'oeufs.

Les négociations commerciales, soit bilatérales

avec les États-Unis ou multi-latérales au niveau du

GATT, ne doivent surtout pas précipiter des

changements qui risqueraient de nuire aux Offices

canadiens de commercialisation.

Sans les contrôles frontaliers qui nous permettent

de régir les importations, notre système de gestion

des approvisionnements s'effondrerait sous le poids

du système américain.

L'OCCO a donc produit un message, un message

qu'il a retrasmis aux députés de sorte qu'ils pren-

nent connaissance des préoccupations de l'Office

et des producteurs d'oeufs qu'il représente. À ce

jour, les réunions privées et publiques tenues avec

les députés ont porté fruits.

Grâce à la collaboration des producteurs d'oeufs

du Canada, ce programme connaîtra le succès. Le

gouvernement fédéral écoute ce que nous avons à

dire.

Tout compte fait, il devrait en être ainsi. La ges-

tion des approvisionnements a fait ses preuves. Bien

que d'autres secteurs agricoles du Canada connais-

sent des moments difficiles, l'industrie des oeufs,

pour sa part, continue de croître sans faire appel

à l'aide du trésor fédéral.

L'Office est fier de son travail et de ce qu'il a ac-

compli. En septembre prochain, l'OCCO sera l'hôte

de la conférence annuelle de la Commission inter-

nationale pour les oeufs qui se déroulera à Mon-

tréal, Québec.

Cette rencontre annuelle permet aux pays

membres d'échanger de nouvelles idées et de se

pencher sur leurs activités de l'année écoulée.

L'OCCO anticipe vivement l'occasion de valoriser

l'industrie canadienne de la production d'oeufs com-



**1986 - Conseil d'administration de l'Office canadien de commercialisation des oeufs**

**À l'avant** (de gauche à droite): Floyd Van Slyke (Alb.), Don Newcombe (N.-É.), Stan Steen (Président), Gib Shoul-  
dice (Directeur général), Helen Tymoczko (Directrice-en-province), Raymond Laplante (Québec), **À l'arrière:** Scott  
Simmons (T.-N.), Walter Dyck (C.-B.), Bert Haneveld (I.-P.-É.), Bill Scott (Ont.), Don Cuenster (Sask.), Bill Schmitke  
(Man.), Don Hicks (N.-B.).



**QUATORZIÈME  
RAPPORT ANNUEL  
DE  
L'OFFICE CANADIEN  
DE  
COMMERCIALISATION  
DES OEUVES**

présenté au ministre  
de l'Agriculture,  
l'honorable John Wise  
au Conseil national de  
commercialisation des produits de  
ferme et

à la Quatorzième conférence  
annuelle des producteurs

Mardi, le 24 mars 1987  
Ottawa, Canada



L'Office canadien de commercialisation des oeufs est un organisme statutaire, qui fut établi le 12 décembre 1972 par proclamation du Gouverneur en Conseil. L'OCCO est responsable, en vertu de la loi fédérale et d'un Accord fédéral-provincial:

- d'établir le prix des oeufs à la ferme;
- de régir les approvisionnements nationaux;
- d'écouler les oeufs excédant les besoins des marchés nationaux;
- de promouvoir la consommation d'oeufs.

L'Office exerce ses pouvoirs en collaboration avec les offices provinciaux de commercialisation des oeufs.















JUL 13 1986



